

# **MANAJEMEN SUKSES BISNIS RUMAH MAKAN AL-MU'MINUN DI KOTA PALANGKA RAYA**

## **SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

**AHMAD RIFKI WARDANA**

NIM. 130 212 0240

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PRODI EKONOMI SYARIAH  
TAHUN 2018 M / 1440 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : MANAJEMEN SUKSES BISNIS RUMAH MAKAN  
AL-MU'MINUN DI KOTA PALANGKA RAYA

NAMA : AHMAD RIFKI WARDANA

NIM : 130 212 0240

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

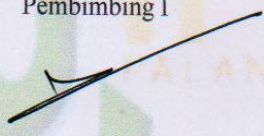
JENJANG : STRATA SATU (1)


Palangka Raya Oktober 2018

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, MHI  
NIP. 19820707200641003

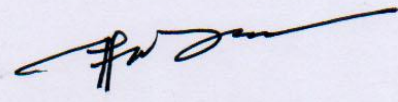
  
Ali Sadikin, SE., MSI.  
NIP. 197402011999031002

Mengetahui

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan  
Ekonomi Islam

  
Dra. Hj. Rahmانيar, M.SI  
NIP. 195406301981032001

  
Ali Sadikin, SE., MSI.  
NIP. 197402011999031002



## NOTA DINAS

Hal : Mohon Diuji Skripsi

Palangka Raya, Oktober 2018

Saudara Ahmad Rifki Wardana

Kepada

Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi

IAIN Palangka Raya

Di-

Palangka Raya

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : AHMAD RIFKI WARDANA

Nim : 130 212 0240

Judul : MANAJEMEN SUKSES BISNIS RUMAH MAKAN AL-MU'MINUN DI KOTA PALANGKA RAYA

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, MHI

NIP. 19820707200641003

Ali Sadikin, SE., MSI.

NIP. 197402011999031002

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul MANAJEMEN SUKSES BISNIS RUMAH MAKAN AL-MU'MINUN DI KOTA PALANGKA RAYA oleh Ahmad Rifki Wardana dengan NIM : 130 212 0240 telah dimunaqasyahkan Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada

Hari : Rabu

Tanggal : 24 Oktober 2018

Palangka Raya, 30 Oktober 2018

1. **Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI** (.....)  
Ketua Sidang/Anggota
2. **Enriko Tedja Sukmana, M.SI** (.....)  
Penguji Utama/Anggota
3. **Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, MHI** (.....)  
Penguji II/Anggota
4. **Ali Sadikin, SE., MSI** (.....)  
Sekretaris/Anggota

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI**  
NIP. 195406301981032001



## MANAJEMEN SUKSES BISNIS RUMAH MAKAN AL-MU'MINUN DI KOTA PALANGKA RAYA

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang manajemen sukses bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun yang berada di Jalan Darmasugondo no. 05, Palangka Raya. Penelitian ini bertujuan mengetahui tentang: (1) Perkembangan bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun di Kota Palangka Raya; (2) Manajemen dan tips Rumah Makan Al-Mu'minun di Kota Palangka Raya.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan subjek pelaku usaha, karyawan dan informan lain sebagai pendukung. Pada teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya pada tahapan analisis yaitu: (1) Data *reduction* (pengolahan data), (2) Data *display* (penyajian data), dan (3) *Conclusions drawing* (penarikan kesimpulan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Bisnis yang dijalankan rumah makan Al-Mu'minun hingga saat ini masih berjalan dengan baik dan pengunjung masih berdatangan. Pada bagian produksi, bahan-bahan baku yang didapat masih bagus, baik, serta halal untuk dikonsumsi. Distribusi, karyawan melayani langsung konsumen meskipun dilakukan secara bergantian. Harga, yang ditetapkan sudah sesuai dengan pasaran tergantung apa yang jadi pesanan konsumen. (2) Manajemen bisnis rumah makan Al-Mu'minun melaksanakan empat fungsi yang ada pada manajemen yaitu, perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*). Kemudian tips sukses bisnis pada rumah makan Al-Mu'minun berdasarkan nilai *Hardskill* nya yaitu keterampilan mempertahankan cita rasa makanannya dan *Softskill* nya yaitu berdasarkan nilai ibadah kewajiban seorang muslim atau sunnah seperti mengutamakan shalawat nabi ke dalam aktivitas bisnis.

Kata kunci: Bisnis, Rumah Makan, Manajemen

## **SUCCESSFUL BUSINESS MANAGEMENT OF AL-MU'MINUN RESTO IN PALANGKA RAYA CITY**

### **ABSTRACT**

*This research focuses on in the culinary area especially on business management on Al-Mu'minun resto which strategically located on Jalan Darmasugondo no. 05, Palangka Raya. In addition, it has two purposes (1) business on Al-Mu'minun Resto Palaangka Raya. (2) management and strategy Al-Mu'minun Resto in Palangka Raya.*

*This research is based on field research with descriptive qualitative approach and the owner, the employees, and others is using as source of data. Observation, interview, and documentation are the technical approach for collecting the data. In the next step, the researcher analyzes the results from collecting, displaying, analyzing and the last, concluding.*

*The results informed that (1) this restaurant has good management in their system looking at the number of visitors. On Production section, main ingredient should have good quality and halal to consume. On distribution section, the employees are required to serve the consumers based on schedule. While, Price depends on the availability of ingredients and consumers' request. (2) Al-Mu'minun Resto is perfectly follow the four-rule good management namely planning, organizing, actuating, and controlling. Therefore, tips for success business on Al-Mu'minun resto based on value Hardskill is is to keep skills on culinary business and Softskill is bring the value of worship a muslim or sunnah like feature shalawat of prophet Muhammad to be strategy focuses in business*

*Key words: Business, restaurants, management.*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “MANAJEMEN SUKSES RUMAH MAKAN AL-MU’MINUN DI KOTA PALANGKA RAYA” dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad Saw., Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Penyelesaian tugas akhir ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat Bapak Dr. Ibnu Elmi A.S Pelu, SH. MH. Selaku rektor IAIN Palangka Raya.
2. Yang terhormat Ibu Dra. Hj. Rahmaniar, M. SI selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Yang terhormat Bapak Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, M.HI selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia memberikan membimbing penulis dengan ikhlas meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan

dan saran-saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

4. Yang terhormat Bapak Ali Sadikin, MSI selaku dosen pembimbing II sekaligus menjabat sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya, yang juga memberi dukungan dan membimbing penulis dengan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Pimpinan dan staf administrasi perpustakaan di IAIN Palangka Raya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dengan menggunakan berbagai referensi yang ada sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh dosen-dosen yang mengajar di Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan membantu serta memberikan informasi terkait dengan penelitian.
7. Penghormatan kepada Orang tua penulis, keluarga, kerabat-kerabat dekat yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan penulis dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
8. Teman-teman dan sahabat yang selalu yang selalu menyemangati penulis selama menempuh pendidikan.
9. Pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini khususnya narasumber Bpk H.Sopianur, Ibu Hj. Minah, karyawan-karyawannya dan lainnya.



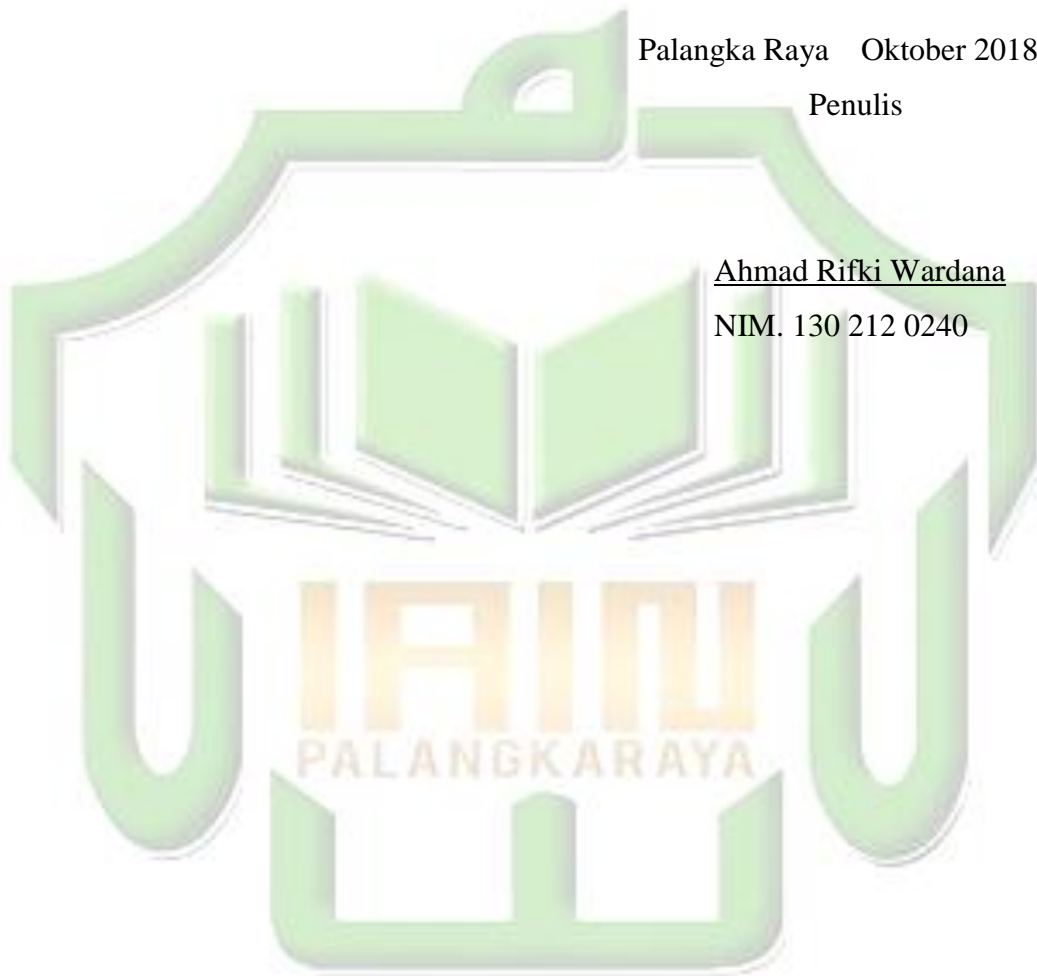
Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya ilmiah skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana semestinya.

Palangka Raya    Oktober 2018

Penulis

Ahmad Rifki Wardana

NIM. 130 212 0240



## PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “MANAJEMEN SUKSES RUMAH MAKAN AL-MU’MINUN DI KOTA PALANGKA RAYA” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya Oktober 2018

Yang membuat pernyataan,



AHMAD RIFKI WARDANA

NIM. 130 212 0240

## MOTTO

**“Memegang janji dengan baik merupakan bagian dari Iman”.**

**(HR. Bukhari)**



## PERSEMBAHAN

### بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Atas Ridho Allah SWT. yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan karya ini maka dengan segala kerendahan hati karya ini saya persembahkan kepada:*

- ✦ *Teruntuk Ibunda Herliana yang selama ini telah memberikan perhatian, doa, dan semangat yang tiada hentinya.*
- ✦ *Teruntuk Almarhum Ayahanda Mahdian yang telah mendahului meninggalkan dunia. Semoga didikan dan nasihat beliau menjadikan saya anak yang berbakti dan sukses dikemudian hari, serta menjadikan amal yang tak terputus untuk beliau.*
- ✦ *Teruntuk saudara, kerabat, keluarga yang juga memberikan semangat untuk saya.*
- ✦ *Seluruh dosen dan staf akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terima kasih untuk semua ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama ini.*
- ✦ *Teman-teman ku Ardhi al hamal, Muhammad Arpiansyah, Rahmat Firdaus dan teman-teman lainnya Prodi Ekonomi Syariah atau diluar itu. Terima kasih atas dukungan dan semangatnya.*
- ✦ *Untuk kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, terima kasih.*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef

ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

**B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:**

متعاقدين	ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

**C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.**

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	ditulis	<i>zakātul-fītri</i>

**D. Vokal pendek**

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U



**E. Vokal panjang:**

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

**F. Vokal rangkap:**

Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	au
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

**G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.**

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**H. Kata sandang Alif + Lām**

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>x</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xxi</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penulisan.....	6
D. Manfaat Penulisan.....	7
E. Sistematika Penulisan .....	7
 <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	 <b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Kajian Teoritis.....	12
1. Konsep Rumah Makan.....	12
2. Konsep Bisnis .....	13
a. Produksi .....	14



b.	Distribusi .....	17
c.	Harga .....	20
3.	Konsep Manajemen dalam Islam .....	26
a.	Manajemen Dalam Islam .....	26
b.	Fungsi-Fungsi Manajemen .....	29
4.	Konsep Sukses Bisnis .....	35
a.	Sukses Bisnis dalam Islam .....	35
b.	Manajemen <i>Hardskill</i> dan <i>Softskill</i> .....	41
C.	Kerangka Pikir .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>47</b>
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	47
B.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	48
C.	Subjek dan Objek Penelitian .....	48
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	49
E.	Keabsahan Data .....	50
F.	Teknik Analisis Data .....	51
<b>BAB IV PEMAPARAN DAN ANALISIS DATA .....</b>		<b>53</b>
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	53
1.	Sejarah Rumah Makan al-Mu'minun .....	53
2.	Lokasi Bisnis .....	54
3.	Struktur Organisasi Rumah Makan Al-Mu'minun .....	54
4.	Fasilitas Rumah Makan Al-Mu'minun .....	56
B.	Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun .....	57
1.	Produksi .....	58
2.	Distribusi .....	62
3.	Harga .....	65
C.	Manajemen dan Tips-Tips Rumah Makan Al-Mu'minun .....	68
1.	Manajemen Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun .....	68
2.	Tips Sukses Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun .....	77

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

TABEL 1 Jumlah Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Kalteng.....	3
TABEL 2 Penelitian Terdahulu .....	11





## DAFTAR SINGKATAN

BPS	: Badan Pusat Statistik
RI	: Republik Indonesia
SWT	: <i>Subhaanahu wata'ala</i>
SAW	: <i>Sallallaahu 'alaihi wasallam</i>
PT	: Perseroan Terbatas
H	: Hijriah/Haji
ZIS	: Zskat Infak Sedekah



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ekonomi merupakan suatu studi tentang perilaku manusia yang berkaitan dengan pengalokasian sumber daya dalam rangka memenuhi kebutuhan. Bagaimana manusia memenuhi kebutuhan pengalokasian sumber daya tersebut sangat tergantung pada sistem nilai yang mengatur perilakunya. Hal pertama ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia dan yang kedua dikeluarkan oleh Allah.<sup>1</sup>

Harta yang ada pada kita, sesungguhnya bukan milik manusia, melainkan hanya titipan dari Allah swt agar dimanfaatkan sebaik-baiknya demi kepentingan umat manusia yang pada akhirnya semua akan kembali kepada Allah swt untuk dipertanggung jawabkan. Dalam aktivitas antar manusia termasuk aktivitas ekonomi terjadi melalui apa yang diistilahkan oleh ulama dengan *mu'amalah* (interaksi). Pada masalah *mu'amalah* dan jual beli, hukum asalnya adalah boleh dan halal. Tidak ada larangan dan tidak berstatus haram, sampai didapatkan dalil dari syariat yang menetapkan.

Firman Allah SWT, dalam surah Al-Baqarah [2]: 188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2008, h. 25-26.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan atau melakukan interaksi keuangan di antara kamu secara bathil...”<sup>2</sup>

Dari ayat di atas, dapat kita ketahui bahwa dalam hal jual beli pun diatur oleh Allah mulai dari hal kecil hingga hal yang besar seperti akad dalam jual beli. Syariat Islam dengan hikmah dan rahmatnya, mengharamkan apa yang membahayakan terhadap agama dan dunia. Sepanjang ridha, kejujuran, keadilan melekat dalam suatu proses mu'amalah dan jual beli, tanpa ada unsur kebatilan dan kezhaliman, bentuk transaksi itu diperbolehkan. Karena itu, Islam selalu menuntut kepada kita supaya mempertimbangkan untung-rugi dan maslahat serta mudharat yang mungkin terjadi ketika hendak membangun suatu proyek besar yang baru.<sup>3</sup>

Diantara bisnis yang sedang berkembang sekarang yaitu di bidang kuliner. Kuliner merupakan kebutuhan dasar manusia yang tidak akan di tinggalkan hingga kapanpun. Dengan melihat pada kebutuhan manusia akan pangan yang macamnya semakin bervariasi. Mengingat kebutuhan akan makanan merupakan hal yang utama dalam kehidupan manusia yang mutlak harus dipenuhi. Maka, bisnis di bidang makanan saat ini banyak dicoba oleh para pelaku bisnis seperti rumah makan. Sudah tentu dengan banyaknya pengusaha di bidang ini, semakin banyak pula pesaing yang dihadapi.<sup>4</sup>

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat

---

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Quran, 1971, h. 46.

<sup>3</sup> Muhammad Sanad At Thukhi, *Ibadah Muamalah dalam Tinjauan Fiqih*, terj. Salim Basyarahil, Jakarta: Gema Insani Press, 1994, h. 74.

<sup>4</sup> Amanda Regitha, [http://www.kompasiana.com/amndrc/kontribusi-subsektor-kuliner-terhadap-ekonomi-kreatif\\_5885d8a8369773120e55008b](http://www.kompasiana.com/amndrc/kontribusi-subsektor-kuliner-terhadap-ekonomi-kreatif_5885d8a8369773120e55008b) (Diakses pada tgl 10-01-2018)

untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Keberadaan Rumah Makan mulai dikenal sejak abad ke-9 di daerah Timur Tengah sebelum muncul di Cina. Dalam dunia Islam di abad pertengahan, terdapat "rumah makan dimana seorang dapat membeli seluruh jenis makanan yang disediakan". Rumah makan seperti ini disebutkan oleh Al-Muqaddasih seorang ahli geografi kelahiran tahun 945 masehi yang tinggal di timur tengah pada akhir abad ke 10.<sup>5</sup>

Berdasarkan data yang dihimpun oleh BPS tahun 2016, adapun hasil banyaknya usaha rumah makan yang berkembang menurut kabupaten atau kota di provinsi Kalimantan Tengah tahun 2016 sebagai berikut.

**TABEL 1**  
**Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Kalteng**

NO.	Kabupaten/Kota	Rumah Makan
1	Palangka Raya	141
2	Kotawaringin Timur	92
3	Kapuas	87
4	Sukamara	34
5	Barito Utara	29
6	Barito Selatan	27
7	Kotawaringin Barat	26
8	Pulang Pisau	17
9	Gunung Mas	36
10	Murung Raya	19
11	Seruyan	13
12	Barito Timur	11
13	Lamandau	8
14	Katingan	16
Jumlah/Total		556

*Sumber: BPS tahun 2016*

---

<sup>5</sup> Yohanes Agatha Engel & Heru Susanto, *Pahlawan Ekonomi Kreatif*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017, h. 38.



Daftar tabel diatas menggambarkan banyaknya usaha rumah makan yang berkembang di Kalimantan Tengah pada tahun 2016 dimana pada kota Palangka Raya mencapai angka tertinggi yaitu mencapai 141 unit rumah makan yang juga merupakan ibukota provinsi. Hal ini cukup membuktikan bahwa ekonomi bidang kuliner di Palangka Raya sedang mengalami persaingan. Di setiap rumah makan tersebut pastinya mempunyai kriteria yang bermacam-macam dari kualitas produk, tempat dan pengaruh-pengaruh lainnya yang mendukung bisnis tersebut.<sup>6</sup>

Di kota Palangka Raya ada keberadaan rumah makan bisa di bilang sudah berpengalaman dan sudah lumayan di kenal oleh masyarakat kota Palangka Raya, khususnya Rumah makan al-Mu'minin. Rumah makan al-Mu'minin adalah sebuah usaha rumah makan yang terletak di kota Palangka Raya, berlokasi di jalan darmusugondo. Sama halnya dengan rumah makan lainnya usaha bisnis ini menyediakan jajanan ikan bakar, lauk pauk dan sayur-sayur yang terbilang cukup sederhana.

Keberhasilan bisnis dapat diukur dari berkembang tidaknya usaha yang dijalankan. Ukuran sukses adalah usahanya bisa berkembang, maupun melakukan pengembangan usaha itu berhasil.<sup>7</sup> Keberhasilan usaha rumah makan salah satunya dapat diukur dari jumlah omset penjualan. Harga yang dipatok relatif tinggi dibandingkan rumah makan pada umumnya. Dari pengamatan penulis yang didapat melalui observasi dan informasi lainnya

---

<sup>6</sup> BPS Provinsi Kalimantan Tengah, *Provinsi Kalimantan Tengah Dalam Angka 2017*, h.454.

<sup>7</sup> Muhaimin, *Sukses Bisnis Ala Orang Alabio*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Prima, 2013, h. 130.

untuk menyantap makanan di rumah makan tersebut, konsumen dapat menghabiskan sekitar minimal Rp. 25.000,- hingga maksimal Rp. 250.000,- per orangnya. Kebanyakan konsumen datang secara berkelompok atau rombongan.

Rumah Makan yang sekarang dikelola oleh H. Sopianur ini memang sudah puluhan tahun berdiri, hingga tetap bertahan sampai saat ini. Menurut pernyataan karyawan rumah makan dalam sehari rata-rata menyediakan 30 sampai 50 lebih potong ikan bakar, beserta lauk tambahan lainnya. Omset tertinggi dalam sehari bisa mencapai 6 hingga 10 juta, Namun rata-rata biasa hanya mencapai 2 sampai 5 juta.<sup>8</sup>

Dari sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, rumah makan al-Mu'minin tetap menjadi pilihan yang biasanya konsumennya terdiri dari kalangan menengah dan atas. Padahal rumah makan yang dijalankan saat ini memang sudah berkembang pesat dan beberapa di antaranya sudah memiliki manajemen yang tepat bahkan memiliki cabang antar kota maupun luar kota. Dalam cakupan kota Palangka Raya wajar jika bisnis ini ada yang menurun dari segi penghasilan dan ada juga yang meningkat sehingga bisa bertahan sejauh ini.

Manajemen sangat penting untuk diimplementasikan dalam kegiatan bisnis. Kebutuhan terhadap manajemen bukan hanya karena kebutuhan akan pengembangan bisnis dan respon terhadap lingkungan organisasi, namun lebih jauh dari itu. Kebutuhan terhadap manajemen ialah kebutuhan untuk

---

<sup>8</sup> Observasi dan wawancara pada tgl 14-04-2018

mensukseskan tercapainya tujuan bisnis, serta terlaksananya seluruh kegiatan operasional dengan bisnis.<sup>9</sup> Setiap usaha bisnis memiliki cara tersendiri dalam mengatur untuk kelancaran bisnisnya, manajer harus mampu menerapkan fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. Manajemen yang tepat dan teratur, lokasi yang strategis, semangat dalam membangun usaha atau faktor lain yang mungkin menjadikan rumah makan al-Mu'minin mampu menembus masyarakat luas dan bertahan hingga saat ini.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Manajemen Sukses Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minin di Kota Palangka Raya”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan bisnis Rumah Makan Al-Mu'minin?
2. Bagaimana manajemen dan tips-tips sukses bisnis Rumah Makan Al-Mu'minin?

## **C. Tujuan Penulisan**

1. Untuk mengetahui perkembangan bisnis Rumah Makan Al-Mu'minin.
2. Untuk mengetahui manajemen bisnis dan tips-tips sukses bisnis Rumah Makan Al-Mu'minin.

---

<sup>9</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 113.

#### **D. Manfaat Penulisan**

Berdasarkan tujuan penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Menambah pengalaman dan pengetahuan bagi penulis serta pembaca untuk sumber informasi ilmu pengetahuan terutama dalam bidang manajemen bisnis.
2. Sebagai informasi serta gagasan pemikiran atau saran-saran dalam menentukan manajemen bisnis bagi rumah makan terkait.
3. Sebagai kontribusi sumbangan data untuk memperkaya khazanah Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian ini.
4. Sebagai bahan referensi untuk menindak lanjuti penyelesaian kasus yang serupa.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan skripsi ini disusun dimulai pada Bab I Pendahuluan yang tersusun dalam 8 halaman, bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan teori yang tersusun dalam 37 halaman, bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kajian teori yang mendukung penelitian ini: Pertama mengenai konsep rumah makan. Kedua tentang konsep bisnis, yang memuat produksi, distribusi dan harga. Ketiga tentang



konsep manajemen Islam, yang memuat manajemen dalam Islam dan fungsi-fungsi manajemen. Keempat tentang konsep sukses bisnis yang memuat sukses bisnis dalam Islam, dan manajemen *Hardskill* dan *Softskill*. Selanjutnya adalah kerangka pikir.

Bab III Metode Penelitian yang tersusun dalam 6 halaman. Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek data penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Pemaparan dan Analisis yang tersusun dalam 35 halaman. Bab ini mengandung penjelasan mengenai hasil penelitian, dan hasil analisis. Bab ini terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian. Analisis data terdiri dari bisnis rumah makan al-Mu'minin dan manajemen dan tips rumah makan al-mu'minin.

Bab V Penutup yang tersusun dalam 2 halaman. bab ini menjelaskan tentang kesimpulan berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Penelitian yang dilakukan Rizki Cermin Abadi dengan judul “Manajemen Produksi Warung Makan Nyanding Roso”. Metode penelitian dan analisis data yang dilakukan secara deskriptif kualitatif menggunakan beberapa dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian dan analisis data menunjukkan warung makan nyanding roso melaksanakan empat fungsi dengan baik yang ada pada perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Serta kendala yang dihadapi pada usaha warung makan nyanding roso ini yaitu harga bahan bakunya yang cenderung selalu naik, banyaknya usaha yang sejenis dan cuaca yang tidak mendukung.<sup>10</sup>

Penelitian sebelumnya yang juga menjadi referensi adalah “Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo”. Metode pengelolaan dan analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif menggunakan analisis lingkungan

---

<sup>10</sup> Rizki Cermin Abadi, *Skripsi: Manajemen Produksi Warung Makan Nyanding Roso*, Banjarmasin: IAIN Antasari, 2017, h. 70.

pemasaran, matrik IFE dan EFE, matrik IE, analisis SWOT untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat Rumah Makan Wong Solo. Hasil identifikasi terhadap lingkungan internal meliputi faktor produksi, operasi dan sumber daya manusia. Hasil dari identifikasi lingkungan internal inilah maka dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Rumah Makan Wong Solo sedangkan lingkungan eksternal meliputi lingkungan mikro dan makro. Berdasarkan kesimpulan, maka strategi yang sesuai dengan Rumah Makan Wong Solo adalah penetrasi pasar, yaitu lebih memanfaatkan peluang yang ada dengan cara penyebaran brosur di perumahan-perumahan dan meningkatkan penjualan melalui *Delivery Order* atau pesan antar serta harus terus waspada terhadap ancaman dari rumah makan sejenis yang menggunakan konsep waralaba.<sup>11</sup>

Penelitian lainnya lagi mengenai “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung pada Rumah Makan Mie Aceh Titi Bobrok Medan”. Hipotesis penelitian menyatakan bahwa variabel-variabel terikat penelitian (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pelanggan pada Rumah Makan Mie Aceh Titi Bobrok Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pada produk, harga, tempat dan promosi sangat berpengaruh terhadap minat pelanggan untuk berkunjung ke Rumah Makan Mie Aceh titi Bobrok Medan. Uji parsial menunjukkan bahwa variabel

---

<sup>11</sup> Anwar Manan Latif, *Skripsi: Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo*, Jakarta: 6UIN Syarif Hidayatullah, 2009, h.xi.

tempat adalah variabel yang dominan mempengaruhi minat berkunjung.<sup>12</sup>

Dari ketiga penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, penelitian yang penulis lakukan berbeda dari ketiga penelitian diatas. Dilihat dari studi kasusnya, mereka meninjau dari subjek dan permasalahan yang berbeda.

Untuk memudahkan pemahaman terhadap bagian ini, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

**TABEL 2**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama, Judul Penelitian, Tahun dan Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Rizki Cermin Abadi, Manajemen Produksi Warung Makan Nyanding Roso (2017), Penelitian destriftif kualitatif	Dari segi objek tentang manajemen bisnis rumah makan yang dikaji	Berfokus pada manajemen produksi dan tempat penelitian
2.	Anwar Manan Latif, Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo (2009), Penelitian deskriptif kuantitatif	Mengkaji dalam hal bisnis rumah makan	Berfokus pada strategi pemasaran dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif
3.	Khairiansyah, Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung pada Rumah Makan Mie Aceh Titi Bobrok Medan (2012), Penelitian asosiatif kuantitatif	Tempat yang dijadikan penelitian yang merupakan bisnis rumah makan	Berfokus pada Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi, dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif
4.	Ahmad Rifki Wardana, Manajemen Sukses Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun di Kota Palangka Raya (2018), penelitian deskriptif kualitatif	Dari segi objek yang diteliti yaitu manajemen dan tempat usaha bisnis rumah makan	Mengkaji tentang manajemen sukses bisnis Rumah makan dan tips sukses bisnisnya

<sup>12</sup> Khairiansyah, *Skripsi: Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung pada Rumah Makan Mie Aceh Titi Bobrok Medan*, Medan: Universitas Sumatra Utara, 2012.



## **B. Kajian Teoritis**

### **1. Konsep Rumah Makan**

Pengertian restoran atau rumah makan menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan usaha Rumah Makan, dalam peraturan ini yang dimaksud dengan pengusaha Jasa Pangan adalah : “Suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial”. Sedangkan menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan maka yang dimaksud rumah makan adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya.

Dengan demikian, rumah makan merupakan suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk dikonsumsi oleh tamu, sebagai kebutuhan yang sangat mendasar akan makan dan minum dalam rangka memulihkan kembali kondisinya yang telah berkurang setelah melakukan suatu kegiatan sehingga bisa kembali kepada stamina yang semula. Semua jenis rumah makan pada umumnya mempunyai suatu kepentingan dan tujuan yang sama yaitu menyediakan dan menyajikan makanan dan

minuman kepada umum dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diinginkan.<sup>13</sup>

## 2. Konsep Bisnis

Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and services.*” Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antarindividu, adanya peluang Internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>14</sup>

Menurut Bukhori Alma bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.<sup>15</sup>

Menurut Jeff Madura bisnis didirikan dengan untuk melayani kebutuhan pelanggan oleh pemilik yang mencoba untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.<sup>16</sup> Dari sekian banyak tujuan

---

<sup>13</sup> Ardjuno Wiwoho, *Pengetahuan Tata Hidang Teori dan Praktik*, Jakarta: Erlangga, 2008, h.1-2.

<sup>14</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, h. 3.

<sup>15</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta, 2004, h. 2.

<sup>16</sup> Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, terj. Ali Akbar Yulianto, Krista, Jakarta: Salemba Empat, Ed-4, 2007, h. 6.

yang ada dalam bisnis, *profit* memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis.

Seseorang yang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika ia mengambil risiko, dengan memasuki suatu pasar baru dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya. Organisasi bisnis yang mengevaluasi kebutuhan dan permintaan konsumen, kemudian bergerak secara efektif masuk ke dalam suatu pasar, dapat menghasilkan keuntungan yang substansial. Adapun kegagalan bisnis sebagian besar adalah karena kesalahan atau kekurangan manajemen atas manusia, teknologi, bahan baku, dan modal. Perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengarahan, dan manajemen karyawan yang efisien menghasilkan keuntungan yang memuaskan. Namun demikian, selain efektivitas manajerial, tingkat keuntungan bisnis sangatlah bergantung pada besarnya industri, besarnya bisnis, dan lokasi bisnis.<sup>17</sup> Berikut ini merupakan dasar-dasar yang ada pada bisnis, yaitu:

#### **a. Produksi**

Kegiatan produksi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai kegiatan yang menciptakan kegunaan atau manfaat (*utility*), baik di masa kini maupun di masa mendatang. Kegunaan (*utility*) yang diciptakan dalam produksi adalah kegunaan bentuk, waktu, tempat dan kepemilikannya. Secara umum, produksi merupakan proses untuk menghasilkan suatu

---

<sup>17</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam...*, h. 4.

barang dan jasa atau proses peningkatan (*utility*) nilai suatu benda.<sup>18</sup> Produksi dalam ekonomi Islam adalah setiap bentuk aktivitas yang dilakukan manusia untuk mewujudkan manfaat atau menambahkannya dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia.<sup>19</sup>

Muhammad Syarif Chaudry mengungkapkan bahwa dalam produksi ini mencakup rantai yang panjang meliputi dalam perekonomian. Keduanya ini menjadi faktor produksi dalam perekonomian. Karena jasa juga termasuk bagian dari faktor produksi, maka yang termasuk dari faktor produksi bukan hanya tanah, modal, tenaga kerja dan perusahaan, tetapi perdagangan, transportasi serta jasa-jasa yang lain seperti pekerja, dokter dan sebagainya bagian dari faktor produksi.<sup>20</sup>

Dalam ekonomi Islam, ada beberapa nilai yang membuat sistem produksi sedikit berbeda, di mana barang yang ingin diproduksi dan proses produksi serta proses distribusi harus sesuai dengan nilai-nilai syariah. Hal ini dapat dijelaskan dalam semua aktifitas produksi barang dan jasa yang dilakukan seorang muslim untuk memperbaiki apa yang

---

<sup>18</sup> Havis Aravik, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer* Depok: Kencana, 2017, h. 176.

<sup>19</sup> *Ibid...*, h. 177

<sup>20</sup> Muhammad Syarif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam (prinsip dasar)*, terj. Suherman Rosyidi, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012, h. 47.

dimilikinya, baik berupa sumber daya alam dan harta dan dipersiapkan untuk bisa dimanfaatkan oleh pelakunya atau oleh umat Islam.<sup>21</sup>

Dalam Qur'an Surah Al-Mulk [67] :15, Allah berfirman:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ  
وَالِيهِ التُّشُورُ

Artinya: Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.<sup>22</sup>

Kegiatan produksi dalam perspektif Islam bersifat alturistik sehingga produsen tidak hanya mengejar keuntungan maksimum saja. Produsen harus mengejar tujuan yang lebih luas sebagaimana tujuan ajaran Islam yaitu falah didunia dan akhirat. Kegiatan produksi juga harus berpedoman kepada nilainilai keadilan dan kebajikan bagi masyarakat. Prinsip pokok produsen yang Islami yaitu: 1. Berproduksi dalam lingkaran halal; 2. Memiliki komitmen yang penuh terhadap keadilan; 3. Memiliki dorongan untuk melayani masyarakat sehingga segala keputusan perusahaan harus mempertimbangkan hal ini; 4. Optimasi keuntungan diperkenankan dengan batasan kedua prinsip di atas.<sup>23</sup>

<sup>21</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin, Jakarta: Gema Insani Press. 1997. h. 117-118.

<sup>22</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, h. 956.

<sup>23</sup> Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006, h. 55.



## b. Distribusi

Pengertian distribusi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat; pembagian barang keperluan sehari-hari (terutama dalam masa darurat) oleh pemerintah kepada pegawai negeri, penduduk, dsb. Distribusi menurut para ahli ekonomi adalah merupakan proses penyaluran hasil produksi berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen guna memenuhi kebutuhan manusia, baik primer maupun sekunder.<sup>24</sup> Menurut Mikael Hang Suryanto dalam bukunya saluran distribusi sendiri merupakan sarana perpindahan barang dari produsen melalui jalur perantara hingga ke tangan konsumen atau pemakai terakhir. Dalam hal distribusi, ada dua sisi yang berperan, yakni produsen dan konsumen.<sup>25</sup>

Pengertian di atas menyimpulkan bahwa suatu harta harus tersalurkan kepada yang berhak tanpa tebang pilih dengan adanya imbalan dari penerima barang pendistribusian. Dalam proses penyaluran barang-barang dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai, perusahaan harus dapat menentukan pilihan yang tepat di dalam memilih tingkatan saluran pemasaran yang digunakan.<sup>26</sup>

Dalam perspektif Ekonomi Islam distribusi memiliki makna yang luas, yaitu mencakup pengaturan kepemilikan, unsur-unsur produksi dan

---

<sup>24</sup> Sulaeman Jajuli, *Ekonomi Dalam Al-qur'an*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, h. 113.

<sup>25</sup> Mikael Hang Suryanto, *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*, Jakarta: PT Grasindo, h. 5.

<sup>26</sup> Manginot Pasaribu, <http://pengertiandanartikel.blogspot.com/2016/10/pengertian-distribusi-menurut-ahli.html> (Diakses pada tgl 01-04-2018)

sumber sumber kekayaan. Oleh karena itu, distribusi merupakan permasalahan utama dalam Ekonomi Islam. karena, distribusi memiliki hubungan erat dengan tingkat kesejahteraan suatu masyarakat.<sup>27</sup>

Dasar karakteristik pendistribusian dalam Islam adalah adil dan jujur, karena dalam Islam sekecil apapun perbuatan yang kita lakukan semua akan dipertanggung jawabkan diakhirat kelak. Pelaksanaan distribusi bertujuan untuk saling memberi manfaat dan menguntungkan satu sama lain. Secara umum, Islam mengarahkan mekanisme muamalah antara produsen dan konsumen agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Apabila terjadi ketidak seimbangan distribusi kekayaan, maka hal ini akan memicu timbulnya konflik individu maupun sosial.

Adapun prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan islam ialah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar diantara golongan tertentu saja. Selain itu, ada pula pendapat yang menyatakan bahwa posisi distribusi dalam aktifitas ekonomi suatu pemerintahan amatlah penting, hal ini dikarenakan distribusi itu sendiri menjadi tujuan dari kebijakan fiskal dalam suatu pemerintahan (selain fungsi alokasi). Adapun distribusi, seringkali diaplikasikan dalam bentuk pungutan pajak (baik pajak yang bersifat individu maupun pajak perusahaan). Akan tetapi masyarakat juga dapat melaksanakan swadaya melalui

---

<sup>27</sup> Taqiyuddin an-Nabhani, *Nizham al-Iqtishadi fi al-Islam*, terj. Hafizh Abdurrahman, *Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Hizbuttahrir Indonesia, 2004, Cet. Ke-4, h. 16.

pelembagaan ZIS, di mana dalam hal ini pemerintah tidak terlibat langsung dalam mobilisasi pengelolaan pendapatan ZIS yang diterima. Sementara Anas Zarqa mengemukakan bahwa definisi distribusi itu sebagai suatu transfer dari pendapatan kekayaan antara individu dengan cara pertukaran (melalui Pasar) atau dengan cara lain, seperti warisan, shadaqah, wakaf dan zakat.<sup>28</sup> Untuk itu Islam memberikan prinsip dasar distribusi pendapatan dan kekayaan yang terdapat pada Firman Allah QS Al-Hasyr [59]: 7 yang berbunyi:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ  
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ



Artinya: Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu.<sup>29</sup>

Tujuan distribusi ada dua: *pertama*, agar kekayaan tidak menumpuk pada segolongan kecil masyarakat. *Kedua*, faktor produksi yang ada perlu mempunyai pembagian yang adil demi kemakmuran Negara.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Ibid., h. 17.

<sup>29</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., h. 916.

<sup>30</sup> Afzalurrahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid 1*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995, cet. Ke-1, h. 79.

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui adanya beberapa unsur penting yaitu:

1. Saluran distribusi merupakan sekelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan.
2. Tujuan dari saluran distribusi adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Dengan demikian pasar merupakan tujuan dari kegiatan saluran.
3. Saluran distribusi melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan, yaitu mengadakan penggolongan dan mendistribusikan.

### c. Harga

Menurut H. Djaslim Saladin pengertian harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen.<sup>31</sup> Sedangkan Tjiptono menyampaikan bahwa *price* atau harga memiliki istilah yang beraneka ragam. Hal ini menunjukkan penetapan harga sangat bergantung pada jenis produk spesifik yang dijual.<sup>32</sup>

Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik

---

<sup>31</sup> Djaslim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*, Bandung: Linda Karya, 2003, h. 95.

<sup>32</sup> Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*, Jakarta: TransMedia Pustaka, 2010, h. 77

maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan narkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum.<sup>33</sup>

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad.

Harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah adalah: “Nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu berbeda.” Harga yang

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, h.440.



adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran agama Islam. Al-Quran sendiri sangat menekan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu adalah hal wajar jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga, dengan ini Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan konsumen.<sup>34</sup>

Menurut H. Djaslim Saladin pengertian penetapan harga adalah keputusan-keputusan mengenai harga yang ditetapkan oleh manajemen.<sup>35</sup> Sedangkan menurut Buchari Alma penetapan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu. Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan lamanya saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan tender memasuki tawaran kontrak kerja yang baru.<sup>36</sup>

Akmad Mujahidin mengatakan bahwa pada masa kepemimpinan Rasul dimana Rasul tidak mau menetapkan harga. Hal demikian menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah hal ini dilakukan ketika pasar dalam keadaan normal akan tetapi apabila tidak dalam keadaan sehat yakni terjadi kezaliman

---

210. <sup>34</sup> Euais Amalia. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Grama Publishing. 1996, h.

<sup>35</sup> Djaslim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran...*, h. 95.

<sup>36</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa...*, h. 170.

seperti adanya kasus penimbunan, riba dan penipuan, maka pemerintah hendaknya dapat bertindak untuk menentukan harga pada tingkat yang adil sehingga dari penetapan harga tersebut tidak adanya pihak yang dirugikan. Dengan demikian pemerintah hanya memiliki wewenang untuk menentukan harga apabila terjadi praktek kedzaliman pada pasar, namun dalam kondisi normal harga diserahkan pada kesepakatan antara pembeli dan penjual.<sup>37</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: “penetapan harga mempunyai dua bentuk: ada yang boleh dan ada yang haram, yang haram adalah Tas’ir, sedangkan yang boleh adalah yang adil”.<sup>38</sup> Sedangkan menurut Al-Ghazali mengenai harga menunjukan kepada kurva penawaran yang positif ketika menyatakan jika petani tidak mendapatkan pembeli bagi harga-harga produknya ia akan menjual pada harga yang rendah, ketika harga makanan yang tinggi harga tersebut harus didorong kebawah dengan menurunkan permintaan yang berarti menggeser kurva permintaan kekiri.<sup>39</sup>

Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya. Enam langkah prosedur untuk menetapkan harga.

#### 1. Memilih Sasaran Harga

Penetapan harga sangat ditentukan oleh keputusan yang menyangkut penempatan posisi pasar, sehingga semakin jelas tujuan

<sup>37</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, h. 172.

<sup>38</sup> Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Dalam Ekonomi Islam..*, h. 257.

<sup>39</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa..*, h. 169.

perusahaan. Perusahaan dapat mengharapkan salah satu dari lima tujuan utama melalui penetapan harga: kelangsungan hidup, laba maksimum sekarang, pangsa pasar yang maksimum, menguasai pasar secara maksimum, atau kepemimpinan mutu produk<sup>40</sup>.

## 2. Menentukan Permintaan

Setiap harga akan menghasilkan tingkat permintaan yang berbeda dan karena itu mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap tujuan pemasaran suatu permintaan.

## 3. Memperkirakan Biaya

Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan perusahaan untuk produknya. Biaya menentukan batas terendahnya.<sup>41</sup>

## 4. Menganalisis Penawaran dan Harga Para Pesaing

Perusahaan harus mengetahui harga dan penawaran (produk) pesaing, perusahaan dapat menggunakan sebagai titik orientasi untuk penentuan harganya sendiri. Perusahaan harus memperhatikan, kemungkinan perubahan harga-harga pesaing sebagai respons terhadap harga perusahaan. Pada dasarnya, perusahaan akan menggunakan harganya untuk menempatkan penawarannya berhadapan-hadapan dengan pesaingnya.

## 5. Memilih Suatu Metode Harga

---

<sup>40</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, Cet-2, 2013, h. 171-172.

<sup>41</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Indradya, PT. Indeks: Indonesia, Jakarta, Ed-12, 2008, h. 87-89.

Harga akan berada pada suatu tempat antara satu yang terlalu rendah untuk menghasilkan permintaan. Dengan penggunaan metode penetapan harga akan membawa pada suatu harga yang khusus. Adapun metode-metode penetapan harga sebagai berikut.

- a. Harga markup: metode penetapan harga yang paling mendasar adalah menambahkan penambahan (*markup*) yang standar biaya produksi. Penetapan harga sasaran pengembalian perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan sasaran tingkat pengembalian atau investasinya.
- b. Harga yang sedang berlaku: perusahaan menetapkan harga yang sama, lebih tinggi atau kurang dari pada harga pesaingnya.
- c. Harga tawaran tertutup: perusahaan mendasarkan harganya dengan harapan bagaimana pesaing akan menetapkan harga, dan bukan sekedar pada hubungan yang kaku antara biaya dan permintaan perusahaan. Jika perusahaan ingin memenangkan kontrak maka perusahaan memerlukan harga yang lebih rendah dari pada harga pesaing.

#### 6. Memilih harga akhir

Dalam memilih harga akhir perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor tambahan.

Harga psikologis, penjual harus mempertimbangkan psikologi harga selain ekonominya, banyak konsumen yang menggunakan harga sebagai indikator mutu.

Pengaruh elemen bauran pemasaran lain terhadap harga. Harga akhir juga harus mempertimbangkan mutu merek dan iklan relatif terhadap persaingan.<sup>42</sup>

### 3. Konsep Manajemen dalam Islam

#### a. Manajemen Dalam Islam

Manajemen berasal dari bahasa Latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi kata kerja *managere* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*, dengan kata benda *management*, dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya, *management* diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan.<sup>43</sup>

Menurut Malayu Hasibuan, manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>44</sup> Jadi bisa disimpulkan Manajemen adalah suatu ilmu untuk mengelola suatu aktivitas, dalam rangka mencapai suatu tujuan, dengan bekerjasama secara efisien dan terencana dengan baik.

Manajemen dalam perspektif Islam adalah suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah.

---

<sup>42</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran...*, h. 179.

<sup>43</sup> Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, h. 5.

<sup>44</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004, h. 54.



Dalam Islam manajemen dipandang sebagai perwujudan amal sholeh yang harus bertitik tolak dari niat baik. Niat baik tersebut akan memunculkan motivasi aktivitas untuk mencapai hasil yang bagus demi kesejahteraan bersama.<sup>45</sup> Al-Qur'an telah memberikan stimulasi mengenai hal ini di dalam firman Allah QS Al-Baqarah [2]: 282. yang berbunyi:

وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۖ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۚ.....

Artinya: “.... Dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya, yang demikian itu lebih baik disisi Allah dan lebih dapat menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguan (tulislah mu'amalah itu) kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan diantara kamu maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menulisnya...”<sup>46</sup>

Untuk dapat dikategorikan manajemen Islami dalam rumusan Abu Sin, empat hal harus terpenuhi. *Pertama*, manajemen dalam Islami harus didasari nilai-nilai dan akhlak Islami. Etika bisnis Islami yang ditawarkan Salafy dan Salam berlaku universal tanpa mengenal ras dan agama, boleh saja berbisnis dengan label Islam dengan segala atributnya, namun bila

<sup>45</sup> Mohammad Tamrin, <http://statistik-ekonomi.blogspot.co.id/2015/04/manajemen-bisnis-dalam-perspektif-islam.html> (Diakses pada tgl 05-02-2018).

<sup>46</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., h. 71.

nilai-nilai dan akhlak berbisnis ditinggalkan cepat atau lambat bisnisnya akan hancur.<sup>47</sup>

*Kedua*, kompensasi ekonomis dan penekanan terpenuhinya kebutuhan dasar pekerja. Cukuplah menjadi suatu kezaliman bila perusahaan memanipulasi semangat jihad seorang pekerja dengan menahan haknya, kemudian menghiburnya dengan iming-iming pahala yang besar. Urusan pahal, Allah yang mengatur. Urusan kompensasi ekonomis, kewajiban perusahaan membayarnya.

*Ketiga*, faktor kemanusiaan dan spiritual sama pentingnya dengan kompensasi ekonomis. Pekerja diperlakukan dengan hormat dan diikutsertakan dalam pengambilan keputusan. Tingkat partisipatif pekerja tergantung pada intelektual dan kematangan psikologisnya. Jika hak-hak ekonomisnya tidak ditahan, pekerja dengan semangat jihad akan mau dan mampu melaksanakan tugasnya jauh melebihi kewajibannya.

*Keempat*, sistem dan struktur organisasi sama pentingnya. Kedekatan atasan dan bawahan dalam *ukhuwah islamiyah*, untuk tidak berarti menghilangkan otoritas formal dan ketaatan pada atasan selama tidak bersangkut dosa.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Adiwarman Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h. 171.

<sup>48</sup> *Ibid.*, h. 171-172.

## b. Fungsi-Fungsi Manajemen

Menurut Terry, fungsi dasar manajemen ialah berkenaan dengan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengendalian. Masing-masing akan diuraikan sebagai berikut.

### 1. Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dapat didefinisikan sebagai penentuan terlebih dahulu apa yang harus dikerjakan, kapan dikerjakan dan siapa yang mengerjakannya. Dalam perencanaan terlibat unsur penentuan yang berarti bahwa dalam perencanaan tersebut tersirat pengambilan keputusan. Karena itu perencanaan dapat dilihat sebagai suatu proses dalam suatu kerangka untuk mengambil keputusan dan penyusunan rangkaian tindakan selanjutnya di masa depan.<sup>49</sup> Proses yang menyangkut upaya untuk menentukan hal-hal berikut:

- a. Menentukan tujuan yang akan dicapai di masa mendatang
- b. Merumuskan tindakan-tindakan yang perlu dijalankan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan
- c. Menentukan dana yang diperlukan dan faktor-faktor produksi lain yang akan digunakan. Misalnya apakah dana akan dipenuhi dengan modal sendiri atau dengan pinjaman

Ketiga unsur tersebut merupakan tiga hal yang harus ada dan tidak dapat dipisah-pisahkan dalam setiap usaha. Merumuskan tujuan tanpa menentukan cara pelaksanaannya dan tanpa didasarkan kepada

---

<sup>49</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah...*, h. 119.

faktor-faktor produksi yang dapat digunakan, tidak akan dapat menciptakan hasil yang diharapkan.<sup>50</sup>

Tanpa rencana manajer tidak dapat mengetahui bagaimana mengorganisasikan orang dan sumber daya yang dimiliki organisasi secara efektif. Tanpa rencana manajer dan pegawainya hanya mempunyai peluang kecil untuk mencapai sasaran atau mengetahui adanya penyimpangan secara dini. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perencanaan merupakan penetapan sasaran bagi kinerja organisasi di masa mendatang dan memutuskan upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk mencapainya.<sup>51</sup>

## 2. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian dapat dikatakan sebagai proses penciptaan hubungan antara fungsi, personalia, dan faktor-faktor fisik, agar semua pekerjaan yang dilakukan dapat bermanfaat serta terarah pada suatu tujuan. Mengorganisasikan merupakan bagian proses yang memiliki arti: membagi pekerjaan diantara para individu dan kelompok serta mengkoordinasi aktifitas mereka, agar setiap individu dapat mengetahui dengan jelas apa yang menjadi tugasnya sehingga mereka dapat bekerja sama dengan baik dalam suatu perusahaan, guna mencapai tujuan yang telah diterapkan.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2004, h. 98.

<sup>51</sup> M Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto, Paulus, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cet-6, 2009, h. 94.

<sup>52</sup> *Ibid...*, h. 96.

Gaya manajemen proaktif perilaku psikologis dan organisasi menunjukkan bahwa kepribadian manajer mempengaruhi keberhasilan usaha kecil Individu dengan kepribadian proaktif yang terlibat lebih sering dalam bertugas. Proaktif dirasa positif dengan kinerja organisasi dalam hal keberhasilan perusahaan dan profitabilitas. Manajer akan menjalankan bisnis, atau bertanggung jawab untuk sebagian besar kegagalan atau keberhasilannya.<sup>53</sup>

Namun adanya kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan yang diterapkan perlu didukung oleh semua pekerja yang ada dalam perusahaan. Pembagian tugas harus dilakukan (1) menentukan bentuk organisasi perusahaan dan (2) menentukan pekerja-pekerja yang akan menjalankan tugas di berbagai aspek kegiatan perusahaan. Kedua hal tersebut merupakan fungsi manajemen yang harus dilakukan dalam merealisasikan fungsi kedua dari manajemen, yaitu pengorganisasian.<sup>54</sup>

Pengorganisasian yang baik dapat memberikan beberapa keuntungan sebagai berikut.

- a. Dapat terbina hubungan yang baik antaranggota organisasi, maupun antarorganisasi sehingga akan mempermudah pencapaian tujuan organisasi

---

<sup>53</sup> Rujirutana Mandhachitara & Siriporn Allpach, *Small Business Performance in Thailand: Key Success Factors*, Pennsylvania: Pennsylvania State University, 2017, <https://doi.org/10.1108/JRME-06-2016-0018>

<sup>54</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis...*, h. 98.



- b. Setiap anggota organisasi dapat mengetahui dengan jelas tugas dan kewajiban serta tanggung jawabnya.<sup>55</sup>

### 3. Fungsi Pengarahan (*Actuating*)

Setelah struktur organisasi terbentuk, pembagian tugas ditentukan dan pekerja atau karyawan pelaksananya ditentukan, perusahaan telah dapat melakukan kegiatan-kegiatan menuju ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Langkah-langkah yang menentukan dan mengarahkan tugas-tugas yang perlu dilaksanakan semua karyawan dalam organisasi dinamakan *directing* atau pengarahan.<sup>56</sup>

Dari pengertian di atas, (*actuating*) tidak lain merupakan upaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan, dengan melalui berbagai pengarahan dan pemotivasian agar setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai dengan peran, tugas dan tanggung jawabnya.

Fungsi *actuating* lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi. Kualitas kepemimpinan yang tinggi sangat diperlukan agar setiap karyawan menjalankan tugasnya sesuai dengan yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Pimpinan perusahaan diharapkan bukan saja mampu untuk membuat perintah tentang tugas yang harus dijalankan tetapi juga mampu untuk membuat perintah tentang tugas yang harus dijalankan tetapi juga menciptakan motivasi yang

<sup>55</sup> M Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto, Paulus, *Pengantar Bisnis...*, h. 96

<sup>56</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis...*, h. 99

menyebabkan para karyawannya menjalankan tugas sesuai dengan yang diarahkannya.<sup>57</sup>

#### 4. Fungsi Pengendalian (*Controlling*)

Fungsi terakhir yang harus dilaksanakan oleh manager adalah fungsi pengendalian. Pengendalian merupakan aktifitas untuk menemukan, mengoreksi adanya penyimpangan-penyimpangan dari hasil yang telah dicapai, dibandingkan dengan rencana kerja yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pada setiap tahap kegiatan perlu dilakukan pengendalian, agar bisa lebih cepat dilakukan koreksi bila terjadi penyimpangan.<sup>58</sup> Jadi bisa dikatakan, pengendalian adalah suatu upaya yang sistematis untuk menetapkan standar prestasi dengan sasaran perencanaan, merancang sistem umpan balik informasi sesungguhnya dengan standar terlebih dahulu ditetapkan, menentukan apakah ada penyimpangan dan mengambil tindakan perbaikan-perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa sumber daya organisasi yang digunakan sedapat mungkin dengan cara yang paling efektif dan efisien guna tercapainya sasaran organisasi.

Langkah-langkah dalam proses pengendalian adalah:

##### a. Menetapkan standar dan metode

Langka ini untuk mengukur potensi, misalnya berapa target produksi dan penjualan yang ingin dicapai.

---

<sup>57</sup> *Ibid...*,

<sup>58</sup> M Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto, Paulus, *Pengantar Bisnis...*, h. 96.

b. Mengukur potensi kerja

Pelaksanaan langkah kedua ini merupakan proses yang berkesinambungan serta berulang-ulang dan frekuensinya tergantung pada jenis aktivitasnya. Pengukuran proses kerja ini sedapat mungkin dilakukan dengan segera agar tindak lanjut bisa segera pula dilakukan.

c. Menentukan apakah prestasi kerja memenuhi standa

Langkah ini merupakan tindak lanjut dari kedua langkah sebelumnya, yaitu membandingkan antara langkah pertama dan kedua.

d. Mengambil tindakan koreksi

Tindakan koreksi diperlukan apabila terjadi penyimpangan dalam pelaksanaan, misalnya mengadakan beberapa perubahan terhadap aktivitas organisasi atau standar kerja yang ada.<sup>59</sup>

Tujuan utama dari pengendalian adalah memastikan bahwa hasil kegiatan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Dengan adanya pengendalian diharapkan:

- a. Dapat diketahui atau dipastikan kemajuan yang diperoleh dalam pelaksanaan perencanaan;
- b. Dapat meramalkan arah perkembangan dan hasil yang akan dicapai;

---

<sup>59</sup> *Ibid...*,

- c. Dapat menentukan tindakan pencegahan apa yang diperlukan untuk menghadapi permasalahan-permasalahan;
- d. Memberikan masukan yang dapat digunakan untuk memperbaiki perencanaan yang akan datang;
- e. Mengetahui adanya penyimpangan terhadap perencanaan sedini mungkin.<sup>60</sup>

#### 4. Konsep Sukses Bisnis

##### a. Sukses Bisnis dalam Islam

Di lingkungan bisnis, keberhasilan atau kesuksesan sebuah perusahaan didefinisikan secara beragam, tergantung dari disiplin ilmu yang mem bahas nya. Ditinjau dari sudut ilmu manajemen strategis, kesuksesan ditentukan oleh tindakan untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang sekaligus menghasilkan *output* yang sangat memuaskan para pemangku kepentingan perusahaan, sedangkan *input*-nya memang sudah harus mengandung perumusan yang diduga akan menghasilkan kreasi bernilai strategi.

Namun, dari sudut ilmu sumber daya manusia, kesuksesan perusahaan merupakan keserasian atau kecocokan antara peraturan dan sistem manajemen dengan cara yang nyata digunakan oleh departemen sumber daya manusia guna mendukung pelaksanaan strategi perusahaan dari perspektif perilaku perusahaan, keberhasilan sering didefinisikan sebagai tercapainya tujuan atau sasaran yang telah ditentukan

---

<sup>60</sup> Alin Elizabeth, <http://alinelizabeth2.blogspot.co.id/2014/11/actuating-dalam-manajemen.html> (Diakses pada tgl, 01-04-2018)

sebelumnya oleh manajemen perusahaan, terutama dengan harga terbaik bagi pengeluaran bahan bakunya dan pemakaian sumber daya manusianya.<sup>61</sup>

Menurut Prof. Hembing, kiat-kiat keberhasilan atau kesuksesan adalah sebagai berikut.

1. Kita harus mengetahui tujuan hidup.
2. Kita harus menaburkan benih yang bermanfaat bagi orang lain.
3. Kita harus menumbuhkan potensi, kemampuan, dan kemauan seoptimal mungkin.<sup>62</sup>

Agar sukses dalam melakukan bisnis, maka Islam mengajarkan agar manusia bekerja keras dan mengelola waktu dengan efisien dan efektif. Tanpa kerja keras mustahil seorang pelaku bisnis akan bisa berhasil karena profesi ini penuh dengan perjuangan, tantangan dan mampu berkompetisi dengan kompetisinya. Dalam kerja keras, hendaknya diimbangi dengan kemampuan mengelola waktu dengan baik, mampu membaca dan memanfaatkan peluang yang ada.

Agar bisa memenangkan persaingan, seorang pelaku bisnis tidak cukup hanya kerja keras dan mampu menata waktu, namun juga perlu berhitung diri (*muhasabah*) secara objektif, dalam arti harus jujur melihat kelemahan diri di balik kelebihan-kelebihan yang dimiliki. Sehingga dengan berhitung diri pelaku bisnis dapat mempertimbangkan strategi

---

<sup>61</sup> Theresa C. Liong, *The Martha Tilaar Way, Sukses Meraih Bisnis*, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2010, h. 20.

<sup>62</sup> Agus Sutoyo, *Kiat Sukses Prof. Hembing*, Jakarta: Prestasi Intan Indonesia, 2000, h.61.



apa yang layak dilakukan agar aktivitas bisnis mampu bertahan dan berkembang sesuai yang diharapkan.<sup>63</sup>

Sebagai pelaku bisnis yang menganut agama, khususnya Islam, tentu saja menyadari bahwa upaya keras dalam bisnis perlu diimbangi dengan pendekatan kepada Allah swt. Dia-Lah yang menjadikan pelaku bisnis sukses atau gagal karena keadilan-Nya. Namun demikian, di balik itu bagaimanapun ia tetap dituntut untuk terus bermohon kepada Allah karena pada hakikatnya, nilai harta tidak saja pada seberapa banyak jumlahnya (*quantity*), namun yang paling penting adalah nilai barakahnya yang akan mengantarkan pemiliknya menggapai ketenangan dan kenikmatan dalam hidup ini.

Selanjutnya aspek lain yang perlu disadari oleh para pelaku bisnis adalah rasa syukur kepada Tuhan atas segala nikmat yang dilimpahkan kepada hamba-Nya. Islam mengajarkan bahwa barang siapa yang selalu bersyukur sebagai ekspresi rasa terima kasih kepada Tuhan, niscaya mereka akan diterima. Justru sebab itu ajaran ini perlu dipahami oleh para pelaku bisnis muslim kapanpun dan dimanapun saja, baik dalam keadaan bisnis berkembang maupun pada saat terjadi penurunan.

Tentu saja semua kiat yang merupakan tuntunan syariah itu seyogyanya dilakukan secara konsisten (*istiqamah*). Maksudnya, hendaknya etos kerja, memanaj waktu dengan baik, melakukan introspeksi diri, selalu berdoa dan bersyukur kepada Tuhan tidak boleh

---

<sup>63</sup> Muhammad Djakfar, *Teologi Ekonomi: Membumikan Titah Langit di Ranah Bisnis*, Malang: UIN-Maliki Press, 2010, h. 200.

surut sedikitpun. Jika tidak bukanlah tidak mungkin akan mempunyai dampak yang kurang, atau bahkan tidak menguntungkan dalam aktivitas bisnis yang sudah dirintis selama ini.<sup>64</sup>

Lihatlah Rasulullah saw yang hidupnya melakukan perdagangan atau bisnis. Rasulullah saw dilahirkan di suatu peradaban yang maju dalam perdagangan internasional. Hal ini secara tidak langsung sangat mempengaruhi pertumbuhan Rasulullah saw, sehingga beliau tumbuh besar dan mempunyai *skill* yang sangat baik di bidang dan bisnis dan pemasaran.<sup>65</sup> Rasulullah tidak diragukan lagi dalam ajaran-ajarannya selalu memperhatikan bagaimana seorang pedagang menjaga hubungan dengan konsumen. Beliau tidak pernah bertengkar dengan pelanggannya. Semua orang yang berhubungan dengan beliau selalu merasa senang, puas, dan yakin, percaya akan kejujuran Beliau. Dalam perjalanan hidupnya, Rasulullah saw telah menanamkan ajaran tentang kepercayaan (*the spirit of trust*). Sehingga beliau senantiasa menarik simpati masyarakat di sekelilingnya, dan mempercepat kepercayaan masyarakat pada saat itu untuk menerima ajaran yang dibawanya.<sup>66</sup>

Konsep bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah ialah apa disebut *value driven* yang artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai pelanggan. *Value driven* juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*. *Relationship marketing* yaitu berusaha menjalin hubungan erat antar pedagang, produsen, dan para pelanggan. Misalnya

---

<sup>64</sup> *Ibid...*, h. 201

<sup>65</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam...*, h. 99.

<sup>66</sup> *Ibid.*, h.102.

dalam kasus pedagang pada permulaan barang dipasarkan, maka semua anggota masyarakat adalah calon pembeli potensial. Diantara sekian banyak calon pembeli maka ternyata ada orang yang mau membeli dan ada yang tidak jadi membeli. Kemudian dia akan tertarik dan melakukan pembelian ulang, yang selanjutnya menjadi pelanggan tetap. Di antara pelanggan tetap ini ada yang betul-betul tertarik dengan produk kita, atau dengan toko kita. Sehingga pelanggan ini akan membantu mempromosikan dan menarik orang-orang atau mungkin teman, keluarganya untuk ikut mengkonsumsi atau ikut menjadi pelanggan.<sup>67</sup>

Jadi pada *relationship marketing* sudah diterapkan pada zaman Rasulullah saw, yang mana beliau sangat menjaga hubungan antara pedagang dan konsumen dengan ramah dan baik. Konsumen yang sudah merasakan barang dari pedagang tersebut puas lalu memberikan rekomendasi kepada orang lain sehingga menjadi konsumen baru terhadap pedagang tersebut.

Dalam bukunya Muhammad Sulaiman mengungkapkan sifat-sifat yang dimiliki Rasulullah saw dalam kegiatan bisnis, yaitu:

1. Siddiq (Jujur)

Jujur kepada diri sendiri juga kepada orang lain. Sifat jujur akan melahirkan sifat keyakinan dan keberanian untuk menghadapi ujian apa pun bentuknya

2. Amanah

---

<sup>67</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Depok: Penebar Plus, 2010, h. 329

Sifat amanah mendorong seseorang bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri, masyarakat dan lingkungannya. Keberadaan sifat ini akan membangun kekuatan diri dan memperbaiki kualitas hubungan sosial.

### 3. Tablig (Komunikatif)

Seorang pebisnis harus menjadi marketing yang hebat, juga harus menjadi seorang pembicara yang unggul.

### 4. Fathonah (Cerdik)

Seorang pebisnis harus memiliki kemampuan melihat sesuatu dari sudut pandang yang berbeda. Lalu, muncullah kreatifitas, ide dan wawasan. Pada akhirnya, produk atau jasa yang dikeluarkan pun akan menjadi produk unggulan (sempurna). Karena produk yang dihasilkan unggulan, pelanggan pun senang dan menaruh kepercayaan (*trust*).<sup>68</sup>

Dengan berpegang teguh pada nilai-nilai yang terdapat pada Al-Quran dan Hadis, Rasulullah berhasil melakukan bisnis secara profesional. Nilai-nilai tersebut menjadi suatu landasan yang dapat mengarahkan untuk tetap dalam koridor yang adil dan benar. Landasan atau aturan-aturan inilah yang menjadi suatu syariah atau hukum dalam melakukan suatu bisnis.<sup>69</sup>

Nilai-nilai kewirausahaan yang meliputi sikap percaya diri dan optimis adalah keyakinan akan kemampuan diri untuk mencapai

<sup>68</sup> Muhammad Sulaiman, *Jejak Bisnis Rasul*, Jakarta: Hikmah, 2010, h. 5-6.

<sup>69</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, cet-3, 2006, h. 27.

keberhasilan, sikap ini sangat penting dimiliki sebagai langkah awal memulai usaha. Saat proses menjalankan usaha, sikap berorientasi pada tugas dan hasil diperlukan agar semangat kerja keras dan sikap pantang menyerah diterapkan dalam proses mencapai tujuan usaha.<sup>70</sup>

Berikut merupakan kutipan dari CEO Walton, En Abdul Razak Abdul Ghani tentang kesuksesan yang diraihinya. Pemilik bisnis berskala global ini berkata:

“Setiap hari, kita harus merasa yakin kepada diri sendiri (*Self-confidence*) dan bersemangat (*enthusiastic*) untuk mencapai tujuan. Setiap hari adalah hari yang baru untuk kita. Itulah rahasia seseorang yang disebut jutawan.”<sup>71</sup>

Allah swt menjamin dan bahkan memberikan hak kepada setiap hambanya untuk kaya. Tentu kekayaan itu harus diusahakan dengan cara-cara yang halal, baik lewat bekerja keras maupun berwirausaha. Tetapi, bila seseorang itu menduduki posisi hidup enak dalam arti memiliki kekayaan yang melimpah, maka semua itu merupakan ujian dan cobaan dari Allah swt. Tuhan menguji dengan kekayaan yang dimiliki hamba-Nya.<sup>72</sup>

#### **b. Manajemen *Hardskill* dan *Softskill***

*Hardskills* dan *softskills* saling melengkapi satu sama lain. Hal ini mengindikasikan bahwa pekerja yang unggul adalah pekerja yang

---

<sup>70</sup> Nurlaela, Suci Hatiningsih DWP, Etty Soesilowati, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jiwa Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pemilik Rumah Makan Pringsewu Group di Wilayah Tegal*, Semarang: UNS, 2017, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>.

<sup>71</sup> Muhammad Sulaiman, *Jejak Bisnis Rasul...*, h. 6.

<sup>72</sup> Joko Syahban, *Berbisnis Bersama Tuhan*, Jakarta: Hikmah (PT. Mizan Publika), 2008, h. 16

memiliki keterampilan teknis dan perilaku yang baik. Jadi, untuk menghasilkan performa yang maksimal, seseorang harus memiliki kompetensi yang seimbang, antara kemampuan teknis dan non-teknis (perilaku).

Menurut Faizal, *Hardskill* adalah pengetahuan dan kemampuan teknis yang dimiliki seseorang. Pengetahuan teknis yang meliputi pengetahuan mengenai desain dan keistimewaan dari produk tersebut, mengembangkannya sesuai dengan teknologi, mampu mengatasi masalah yang terjadi serta menganalisis kegunaan produk dalam usaha untuk mengidentifikasi ide-ide baru mengenai produk ataupun pelayanan tersebut.<sup>73</sup>

Sedangkan menurut Basir *Hardskill* adalah kemampuan yang biasa dipelajari di sekolah atau universitas yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan intelektual yang berhubungan dengan subyek yang dipelajari. *Hardskill* bisa diukur dengan melakukan tes yang ada hubungannya dengan bidang yang dipelajari. Bisa dikatakan bahwa *Hardskill* bersifat kasat mata atau nyata.<sup>74</sup>

Disisi lain Sailah mengungkapkan *Hardskill* yaitu penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dan keterampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmunya (insinyur mesin tentunya harus kompeten dalam pengetahuan permesinan, dokter harus mumpuni dalam ilmu kedokteran,

---

<sup>73</sup> Faizal Alam Islami, *Analisis Pengaruh Hard skill, Soft Skill, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Tenaga Kerja Penjualan Pt. Bumiputera Wilayah Semarang)*, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012.

<sup>74</sup> Basir, *Soft Skill vs Hard skill*. Jakarta Timur: Kantor Akuntan Publik Syarief Basir dan Rekan, 2011, h. 33



demikian pula profesi yang lainnya). Bila setiap profesi dituntut mempunyai *Hardskill* yang berbeda-beda, tidak demikian dengan *Softskill*, karena keterampilan ini merupakan kompetensi (keterampilan, *skills*) yang seharusnya dipunyai oleh semua orang, apapun profesinya.<sup>75</sup>

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Hardskill* merupakan keterampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmunya yang dapat diamati dan diukur, didapatkan dengan mempelajari ilmunya dan juga bisa didapatkan dari orang yang sudah ahli dan berpengalaman di bidangnya.

Lain halnya dengan *Softskill*, menurut Basir *Softskill* adalah sesuatu yang tak kasat mata/ imajiner/abstrak. *Softskill* tidak dipelajari secara langsung baik di sekolah maupun universitas. *Softskill* bisa didapatkan di lingkungan sekitar. *Softskill* juga dapat terbentuk sesuai dengan lingkungannya.<sup>76</sup>

Sedangkan menurut Hana Makmun, *softskill* adalah suatu kemampuan, bakat, atau keterampilan yang ada di dalam diri setiap manusia. *Softskill* adalah kemampuan yang dilakukan dengan cara non teknis, artinya tidak berbentuk atau tidak kelihatan wujudnya. Namun *softskill* ini dapat dikatakan sebagai keterampilan personal dan *inter personal*. Yang dimaksud *softskill personal* adalah kemampuan yang dimanfaatkan untuk kepentingan diri sendiri, seperti dapat mengendalikan emosi dalam diri, dapat menerima nasehat orang lain,

---

<sup>75</sup> Sailah, *Pengembangan Softskill di Perguruan Tinggi*, Jakarta: Dikti, 2007, h. 21

<sup>76</sup> Basir, *Soft Skill vs Hard skill...*, h. 34

mampu manajemen waktu, dan selalu berpikir positif. Itu semua dapat dikategorikan sebagai *softskill personal*. Kemudian yang dimaksud *softskill inter personal* adalah kemampuan yang dimanfaatkan untuk diri sendiri dan orang lain. Contohnya, kita mampu berhubungan dengan orang lain, bekerja sama dengan kelompok lain. *Softskill* juga harus diiringi dengan *hardskill*, karena kita hidup tidak boleh hanya mempunyai *softskill*, tapi *hardskill* diabaikan. Dengan memiliki *hardskill* yang baik, kita bisa menjadi manusia yang berkualitas. Oleh karena itu, *hardskill* yang seimbang dapat menumbuhkan jiwa/pribadi yang berkualitas.<sup>77</sup>

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *softskill* adalah keterampilan yang tidak dapat diukur dan diamati. Hal ini dikarenakan, *softskill* tidak memiliki tolak ukurnya. Keterampilan ini terbentuk melalui hubungan diri dengan lingkungan sekitarnya juga keinginan dalam dirinya.

Sebenarnya *Softskill* bisa mempengaruhi *Hardskill*. Bisa jadi kita tidak konsen untuk menekuni tugas yang sedang kita kerjakan karena pikiran kita tidak bisa mengendalikan emosi kita. Begitu pula sebaliknya, saat emosi kita berada dalam kondisi baik, maka tugas seberapa banyak bisa kita kerjakan dengan baik.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 perbedaan penting antara *Hardskill* dan *Softskill*, yaitu:

---

<sup>77</sup> Hana Makmun, *Life Skills Personal Self Awarene (Kecakapan Menenal Diri)*, Yogyakarta: Deepublish, 2017, h. 116-117.

1. *Hardskill* menggunakan kecerdasan IQ atau lebih menggunakan otak kiri (*theological center*). Sedangkan *Softskill* menggunakan kecerdasan EQ atau lebih menggunakan otak kanan (*the emotional center*)
2. *Hardskill* adalah keterampilan di mana aturan tetap sama terlepas dari keadaan atau orang yang bekerja dengan kita. Dalam kantor, aturan *hardskills* sudah ditetapkan oleh perusahaan, seperti standar pegawai dalam hal keterampilan yang dibutuhkan oleh kantor. Sebaliknya, *Softskill* adalah keterampilan di mana perubahan aturan tergantung pada budaya perusahaan dan orang-orang yang bekerja dengan Anda. *Softskill* lebih menitikberatkan kepada karakter atau pribadi seseorang.
3. *Hardskill* bisa dipelajari di sekolah dan dari buku-buku atau dari para ahli di bidangnya. Sedangkan *Softskill*, dapat terbentuk oleh lingkungan sekitar. Tetapi yang paling penting untuk melatih *Softskill* adalah keinginan dari dalam diri orang itu sendiri.<sup>78</sup>

### C. Kerangka Pikir

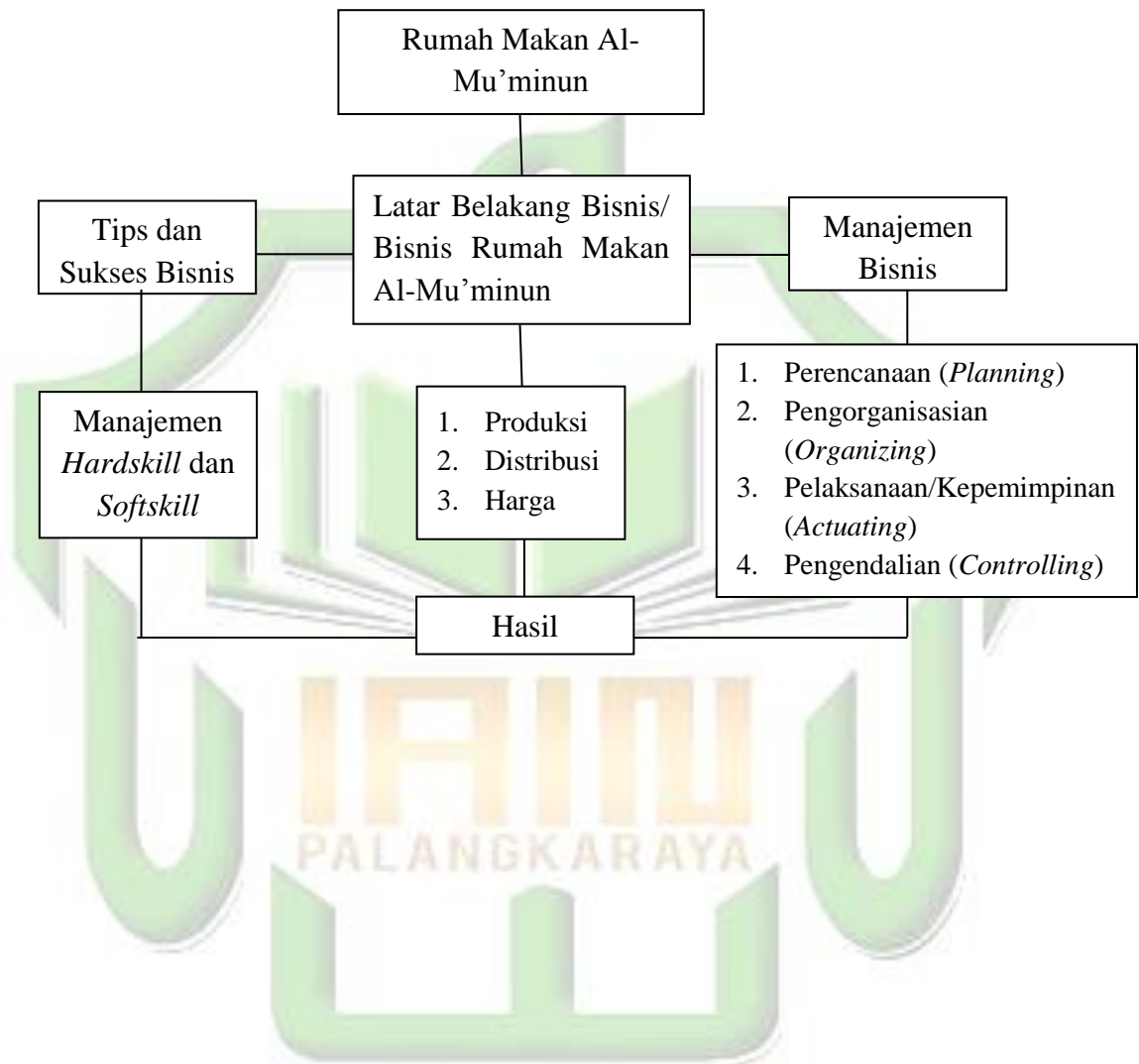
Kerangka Pikir adalah gambaran tentang hubungan antar variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis.<sup>79</sup> Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009). Atas dasar latar belakang dan telaah pustaka yang telah dikembangkan

<sup>78</sup> *Ibid...*, h. 118

<sup>79</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam...*, h.75.

diatas, maka dapat disajikan kerangka pemikiran untuk rencana penelitian ini, sebagai berikut :

### Kerangka Pikir Penelitian



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan perumusan yang telah diuraikan, maka jenis penelitian lapangan atau *field research* dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yakni penelitian dengan menggunakan bahan-bahan lapangan seperti hasil wawancara, hasil observasi yang mendalam dengan menggunakan pedoman *interview* wawancara yang sesuai dengan kondisi lapangan.<sup>80</sup>

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Lexy J. Moleong, penelitian dengan cara pendekatan kualitatif ditempatkan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>81</sup> Kemudian metode deskriptif ini merupakan penelitian yang menggambarkan semua data atau subjek/ objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat) lalu dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya serta memberikan pemecahan masalah.<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup> Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004, h. 28.

<sup>81</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004, h. 3.

<sup>82</sup> Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian: Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 84.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Waktu penelitian tentang Manajemen Sukses Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun di Kota Palangka Raya ini dilaksanakan selama 2 bulan terhitung sejak bulan April-Juni dengan menggunakan surat penelitian yang dikeluarkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.

Adapun tempat yang dilakukan penulis untuk melakukan penelitian yaitu pada Rumah Makan Al-Mu'minun yang berlokasi di jalan Darmusugondo No. 4 Kota Palangka Raya.

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran. Adapun subjek penelitian dalam tulisan ini adalah pelaku usaha (manajer), karyawan dan informan lainnya sebagai pendukung seperti konsumen 2 orang dan adik dari manajer rumah makan.

Nasution menyatakan bahwa, definisi objek penelitian merupakan Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>83</sup> Objek yang menjadi penelitian ini adalah tentang ssaha bisnis rumah makan Al-Mu'minun, manajemen bisnis, dan tips sukses bisnis rumah makan Al-Mu'minun.

---

<sup>83</sup> S. Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bima Aksara, 1996, h. 101.



#### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data pada penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi, yaitu teknik pengamatan yang didukung dengan pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis terhadap objek yang diteliti.<sup>84</sup> Peneliti mengamati secara langsung di lapangan keadaan rumah makan Al-Mu'minin serta masuk ke area rumah makan tersebut.
2. Wawancara, adalah salah satu teknik pengumpulan data yang biasa dipergunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data. Melalui tahap wawancara ini, secara umum penulis ingin menggali data tentang:
  - a. Sejarah, struktur organisasi dan fasilitas di rumah makan Al-Mu'minin yang masuk pada gambaran umum lokasi penelitian.
  - b. Perkembangan dan keadaan bisnis rumah makan yang dikelola sampai dengan sekarang.
  - c. Hal-hal mengenai produksi, distribusi (pelayanan) dan harga.
  - d. Hal-hal mengenai manajemen rumah makan yang terdiri dari fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan atau pengarahan dan pengendalian.
  - e. Tips sukses bisnis rumah makan dilihat dari segi teori *Hardskill* dan *Softskill* nya.

---

<sup>84</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 64.

3. Dokumentasi, menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan.<sup>85</sup> Dokumentasi yang dimaksud disini adalah teknik pengumpulan data dari sumber tertulis, baik berupa gambaran umum lokasi penelitian, proses pengambilan informasi melalui informan, atau hal-hal lain yang berkaitan dengan data-data sebagai sumber penelitian.

#### **E. Keabsahan Data**

Validitas data dari sebuah penelitian sangat penting artinya karena merupakan langkah awal kebenaran dari analisis data. Hal ini berlaku pada setiap penelitian, baik penelitian kualitatif maupun penelitian kuantitatif, walaupun dengan nama yang berbeda.<sup>86</sup>

Dalam penelitian kualitatif keabsahan data dilakukan sejak awal pengambilan data, yaitu sejak melakukan reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Guna memperoleh keabsahan data pada penelitian ini, peneliti melakukannya dengan jalan memperpanjang masa observasi, observasi yang terus menerus, triangulasi, menganalisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi dan mengadakan *member check*. Observasi yang terus menerus dilakukan untuk membuktikan pernyataan-pernyataan yang disampaikan melalui wawancara.

---

<sup>85</sup> Ibid., h. 69.

<sup>86</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004, h.117.

Untuk menentukan keabsahan hasil penelitian digunakan tolak ukur, Sugiyono menyatakan pengujian keabsahan data metode penelitian kualitatif, yaitu Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini teknik triangulasi penulis gunakan karena penulis mempergunakan 3 (tiga) sumber data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumen. Sehingga didapat kesamaan data baik dari observasi, wawancara, dan dokumen.<sup>87</sup> Keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber yang berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan setelah tahapan berikut:

1. *Data Reduction* (reduksi data) yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>88</sup> Data yang diperoleh dari penelitian dan setelah itu dipaparkan apa adanya, maka data dianggap lemah atau kurang valid dihilangkan atau tidak dimasukkan.

---

<sup>87</sup> *Ibid*, h. 125.

<sup>88</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, hl. 247.

2. *Data Display* (penyajian data). Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dengan mendislay data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.<sup>89</sup> Pada data *display* ini, data yang didapat dari penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti, dengan tidak menutup-nutupi kekurangan.
3. *Conclusion Drawing/ Verification*, kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum ada sebelumnya. Temuan ini dapat berbentuk deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang, sehingga setelah dilakukan penelitian menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>90</sup>

---

<sup>89</sup> Ibid., h. 249.

<sup>90</sup> Ibid., h.253.

## **BAB IV**

### **PEMAPARAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Rumah Makan al-Mu'minun**

Rumah Makan al-Mu'minun sudah berdiri sekitar 25 tahun yang lalu. Di mana saat itu pendiri awalnya adalah Hj. Rukiyah, merintis usaha di Wilayah Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan. Karena sebagian anak beliau merantau keluar kota, lalu ibu Hj. Rukiyah memutuskan ikut merantau juga ke wilayah-wilayah Kalimantan Selatan. Selama tiga kali berturut-turut menentukan nasib yang cocok akhirnya sampailah ke Kalimantan Tengah di Kota Palangka Raya ditahun 1993.

Saat di Palangka Raya bisnis rumah makan dikelola bersama 2 orang anak beliau, salah satu anak beliau memutuskan untuk melepaskan bisnis rumah makan tersebut karena ingin mendalami ilmu agama dan ingin memiliki bisnis sendiri. Tinggallah beliau sendiri dan anak beliau yang kedua yaitu pengelola rumah makan saat ini H. Sopianur. Sebelum diwariskan ke anak beliau, H. Sopianur pernah menjadi karyawan di rumah makan saat belum berpindah di Palangka Raya. Karena merasa sudah berpengalaman di bidang usaha rumah makan sembari mengumpulkan modal untuk bisnis sendiri. Hj. Rukiyah memutuskan untuk memberi kuasa ke anaknya H. Sopianur. Dengan bantuan modal yang diperoleh beliau pun mengelola rumah makan tersebut dan properti tempat yang dulu disewakan kini beliau mampu untuk membelinya

sebagai akses bisnis, dimana sekarang bertempat di Jalan Darmusugondo no. 05, Kelurahan Pahandut, Palangka Raya.<sup>91</sup>

## **2. Lokasi Bisnis**

Lokasi bisnis adalah letak dimana aktivitas usaha bisnis itu dilakukan. Dalam hal ini Rumah Makan Al-Mu'minin terletak di Jalan Darmusugondo no. 05, Kelurahan Pahandut, Palangka Raya. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan yang mendasari dari pemilihan letak perusahaan yaitu sebagai berikut.

### **a. Lokasi Strategis**

Artinya lokasi strategis yaitu berada di tengah kota, sehingga dekat dengan kegiatan kerja masyarakat.

### **b. Di daerah perdagangan**

Letak yang di daerah perdagangan sangat baik, karena banyak masyarakat yang melakukan aktivitas bisnis.

## **3. Struktur Organisasi Rumah Makan Al-Mu'minin**

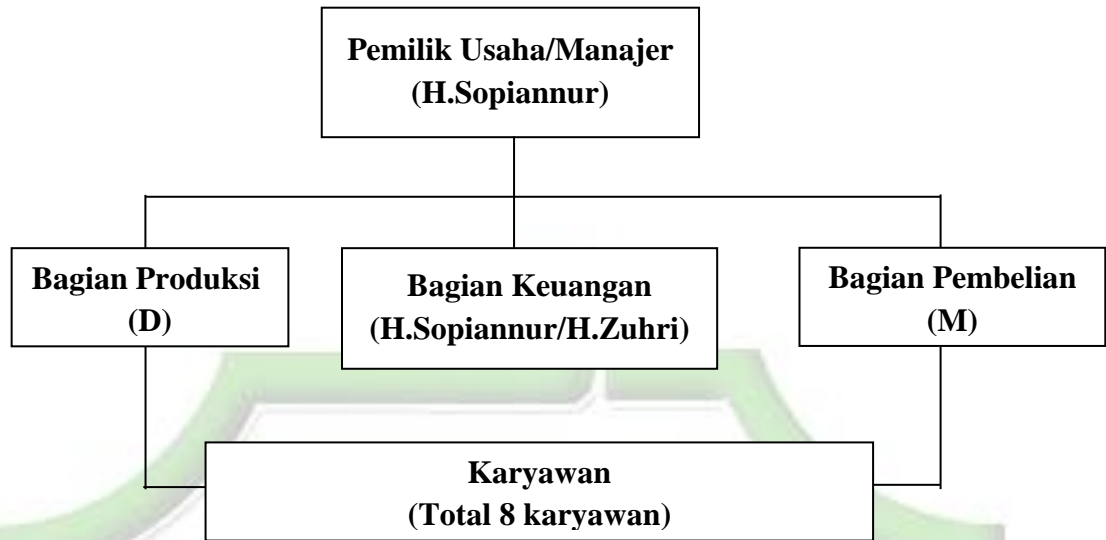
Struktur organisasi rumah makan ini mengikuti sistem manajemen sederhana, manajemen yang dipimpin oleh seorang manajer dalam hal ini yaitu Bapak H.Sopianur sebagai manajer, sekaligus mengelola keuangan juga. Lalu ada dibagian produksi dan bagian pembelian yang juga karyawan rumah makan. Penulis membuat bagan organisasi nya sebagai berikut:

---

<sup>91</sup> Observasi dan wawancara bersama H.Sopianur dan Hj. Minah, Palangka Raya, 9-05-2018.



### Struktur Organisasi Rumah Makan Al-Mu'minin



Dari hasil bagan diatas dapat dijelaskan pula dalam poin-poin berikut:

- a. Manajer: berkewenangan, bertanggung jawab terhadap semua aktifitas khususnya mengawasi kegiatan produksi dan pelayanan yang ada di Rumah Makan Al-Mu'minin.
- b. Bagian Produksi: bertanggung jawab terhadap ketersediaan bahan baku untuk di olah menjadi menu siap saji. Hampir semua karyawan dapat bertugas dalam pengolahan makanan dan minuman. Misalnya bagian depan pengolahan makanan, bagian pelayanan, bagian dapur pengolahan makanan dan minuman. Dalam hal ini bagian pelayanan dan bagian dapur dapat bertukar tugas sewaktu-waktu.
- c. Bagian Keuangan: bertugas merencanakan, menyiapkan *budget* dan *planning*, menerima pemasukan dan pengeluaran.

- d. Bagian Pembelian: bertanggung jawab atas pembelanjaan kebutuhan Rumah Makan Al-Mu'minin, mulai dari bahan baku, bumbu, maupun perlengkapan lainnya. Biasanya dilakukan oleh 2 orang karyawan.
- e. Karyawan: melaksanakan tugas masing-masing bagian yang telah ditugaskan oleh manajer baik dalam produksi, pembelian atau yang lainnya.

#### **4. Fasilitas Rumah Makan Al-Mu'minin**

Rumah Makan Al-Mu'minin memiliki karyawan sedikit saja, rumah makan ini memiliki karyawan 8 orang, dengan kapasitas pelayanan hingga 30 orang, dengan keahlian yang bervariasi. Adapun bidang-bidang yang dilakukan seperti pengolahan makanan dan minuman, pelayanan konsumen, pembelian bahan pangan, dan tukang bersih-bersih atau pencuci.

Jam Operasi di Rumah Makan Al-Mu'minin ini adalah mulai pukul 08.00 sampai pukul 21.00. Dengan menggunakan 7 hari kerja, untuk hari istirahat diatur langsung oleh manajer. Dalam sehari para karyawan bekerja selama 12 jam dan istirahat selama 1 sampai 2 jam.

Di rumah makan ini terdapat dua area, yaitu di ruang makan utama dengan meja dan kursi makan yang tersedia dan ruang makan di lantai dua berfasilitas *ac room*. Fasilitas untuk area makan adalah ruang makan umum dengan fasilitas kurang lebih 50 orang. Fasilitas pendukung yaitu, *tv projector*, *smoking area* di lantai bawah dan ruangan AC di lantai dua,

dilengkapi *cctv* diatas kasir dan di ruang makan utama, meja makan khusus untuk rombongan, ditambah dengan kiasan dinding seperti gambar Presiden dan Wakil-nya, dan gambar tokoh alim ulama.

Menu makan yang disediakan kebanyakan disajikan dengan cara dibakar. Ikan-ikan laut dan sungai, ayam bakar atau goreng, bahkan udang bakar, dan rebus. Ditambah dengan sayur-sayur yang familiar daerah Kalimantan Selatan, serta sambal yang khas dari rumah makan tersebut.<sup>92</sup>

## **B. Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun**

Menurut Bukhori Alma bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.<sup>93</sup> Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>94</sup> Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.

Rumah Makan Al-Mu'minun merupakan suatu usaha bisnis yang menyajikan hidangan bercita rasa dari Kalimantan Selatan dengan suasana tradisional. Diwujudkan dari tampilan interior bangunan seperti rumah makan

---

<sup>92</sup> Hasil observasi pada tgl 16-04-2017

<sup>93</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa...*, hlm. 2.

<sup>94</sup> Ardjuno Wiwoho, *Pengetahuan Tata Hidang Teori dan Praktik...*, h.1-2.

pada umumnya, tampilan yang sederhana namun tetap bertahan dengan eksistensinya.

Sebagaimana hasil wawancara yang penulis lakukan. Penulis memperoleh informasi dari Bapak H. Sopianur selaku pengelola Rumah Makan Al-Mu'minin saat ini. Hal ini sebagaimana pernyataan beliau:

”Iya sudah lama saya mengelola rumah makan ini, pengunjung masih berdatangan, meskipun bahan makanan tidak selalu habis...”<sup>95</sup>

Menurut H. Sopianur, bisnis rumah makan yang dijalaninya saat ini masih ramai oleh konsumen, tetapi kadang rumah makan tersebut juga ada saatnya akan sepi dari konsumen. Dilihat dari observasi penulis, memang konsumen tidak selalu menjadikan pilihan untuk membeli kuliner di rumah makan tersebut, karena ada momen-momen tertentu yang bisa saja dikatakan ramai jika konsumen berdatangan secara rombongan bersama keluarga atau rombongan para pekerja.

Untuk memberikan keterangan lebih lanjut tentang bisnis Rumah Makan Al-Mu'minin, penulis menguraikan beberapa hal informasi tentang rumah makan tersebut.

## 1. Produksi

Barang atau jasa yang dihasilkan dari melakukan kegiatan produksi disebut dengan produk. Istilah Produksi berasal dari bahasa Inggris *to produce* yang berarti menghasilkan.<sup>96</sup> Produksi dalam ekonomi Islam adalah setiap bentuk aktivitas yang dilakukan manusia untuk mewujudkan

<sup>95</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 14-04-2018.

<sup>96</sup> Zaka, *Produksi dan Faktor-faktornya*, <http://www.artikelsiana.com/2015/09/pengertian-produksi-faktor-faktor.html> (Diakses pada tgl 26-04-2018)

manfaat atau menambahkannya dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia.<sup>97</sup>

Pada dasarnya Islam, tidak melarang apapun produk dan jasa diciptakan dan dikembangkan, sejauh rekayasa manusia memungkinkan. Namun, syaratnya produk dan jasa tersebut tidak haram atau merusak, misalnya memproduksi arak, babi, darah, berhalal, dan benda-benda haram lainnya. Yang mana dijelaskan dalam QS Al-Maidah[5]: 3.sebagai berikut.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ  
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى  
النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَيسرُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ  
دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ ۚ الْيَوْمَ اكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ  
نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا ۚ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ  
فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٥﴾

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka

<sup>97</sup> Lihat, Havis Aravik, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer...*, h. 177.

dan takutlah kepada-Ku. pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Kuridhai Islam itu Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”<sup>98</sup>

Produk yang diperjualbelikan oleh Rumah Makan Al-Mu'minin berupa kebutuhan Primer yaitu makanan. Makanan merupakan bahan atau segala sesuatu yang dicerna manusia sebagai fungsi kelangsungan hidup. Makanan yang diproduksi oleh rumah makan tersebut terdiri dari beranekaragam makanan berupa lauk pauk, ikan-ikan, sayur-sayur dan minuman.

Salah satu hal yang menjadi terciptanya kegiatan produksi yaitu adanya bahan baku yang diperoleh. Dalam sebuah industri, baik itu industri rumahan maupun industri berskala besar tentu memiliki bahan baku yang diolah menjadi sebuah produk. Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk dimana bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya (atau merupakan bagian terbesar dari bentuk barang).<sup>99</sup>

Penulis menilai bahwa bahan baku seperti ikan, lauk pauk, sayur dan lainnya didapatkan di pasar terdekat. Hal ini sebagaimana dinyatakan dalam wawancara kepada salah satu karyawan rumah makan yaitu:

“Bahan-bahan seperti ikan didapat dari pasar terdekat saja, kami simpan disini jika berlebih dan sebagai cadangan, Untuk sayuran juga kami memasok dari orang yang terpercaya dipasar juga. Sayuran yang diambil adalah sayuran yang masih bagus...”<sup>100</sup>

<sup>98</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, h. 157

<sup>99</sup> Dina Amelia, <https://www.jurnal.id/id/blog/2017/jenis-jenis-bahan-baku-dalam-industri> (Diakses pada tgl 26-04-2018)

<sup>100</sup> Wawancara dengan D, (Karyawan), Palangka Raya, 14-04-2018.



Setiap rumah makan pastinya ingin memberikan produk yang berkualitas baik. Dalam hal ini rumah makan Al-Mu'minin menjamin bahwa bahan yang digunakan untuk disajikan kepada konsumen adalah bahan yang baik dan terjamin kehalalannya. Kualitas makanan dan minuman dapat dilihat dari bahan-bahan yang segar, yaitu yang masih baru, bersih, tidak berbau, serta mengandung vitamin yang diperlukan oleh tubuh. Kepuasan konsumen juga menjadi salah satu unsur yang harus diperhatikan, melihat produk yang ditawarkan tentunya harus mengenakan agar menjadi pilihan kembali konsumen tersebut untuk membeli produknya. Sebagaimana wawancara bersama M selaku konsumen berikut:

“Ikannya enak, lauk dan sayurnya juga, semoga Saja kalau beli lagi masih enak seperti ini”<sup>101</sup>

Begitu pula yang disampaikan oleh A selaku konsumen sebagai berikut:

“Iya aku pernah makan disini dulu, sekarang udah jarang tapi makanannya tetap tidak berubah masih enak, sayurnya, ikannya, sambalnya juga”<sup>102</sup>

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, beberapa konsumen sudah puas dengan produk yang diolah dari rumah makan tersebut. Konsumen yang sudah lama pun masih mengingat dan kadang masih membeli produknya.

---

<sup>101</sup> Wawancara dengan M, (Konsumen), Palangka Raya, 14-04-2018

<sup>102</sup> Wawancara dengan A, (Konsumen), Palangka Raya, 10-10-2018

Dari segi bahan baku, penulis melihat bahwa bahan baku yang ada di rumah makan Al-Mu'minin tergolong cukup baik dan bersih. Produksi yang dilakukan pada usaha rumah makan Al-Mu'minin adalah produksi yang halal, sehingga bisa dikatakan bahwa produksi sesuai dengan syariat Islam seperti tidak menggunakan zat yang membahayakan bagi konsumen, tidak melakukan penipuan terhadap kualitas bahan yang digunakan, bukan bahan dari hasil curian, tidak menggunakan bahan yang dilarang oleh syariat Islam, dan halal untuk dikonsumsi. Hal ini sesuai dengan prinsip pokok produsen yang Islami yaitu memproduksi dalam lingkaran halal dan memiliki komitmen terhadap keadilan seperti yang dijelaskan pada landasan teori.

Menu yang ditawarkan rumah makan Al-Mu'minin sebaiknya bisa dikembangkan lagi sehingga banyak variasi menu yang dapat memberikan pilihan bagi para pengunjung. Rumah makan Al-Mu'minin mengandalkan cita rasa khas yang dimiliki saja sehingga dapat dikenal konsumen kalangan menengah dan atas di Kota Palangka Raya dan sekitarnya.

## **2. Distribusi**

Kata distribusi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah penyaluran (pembagian, pengiriman). Distribusi menurut para ahli ekonomi adalah merupakan proses penyaluran hasil produksi berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen guna memenuhi kebutuhan manusia, baik primer maupun sekunder.<sup>103</sup>

---

<sup>103</sup> Lihat, Sulaeman Jajuli, *Ekonomi Dalam Al-qur'an.*, h. 113.

Sistem penjualan yang dilakukan oleh rumah makan Al-Mu'minun hanya memfokuskan satu rumah makan yang dijadikan aktivitas bisnis, karena perusahaan tidak memiliki cabang atau perwakilan-perwakilan diluar yang menjalankan bisnis rumah makan. Berdasarkan wawancara dari H.Sopianur:

“Ya seperti ini saja, rumah makan ini tidak memiliki cabang lain seperti rumah makan yang lainnya, fokus satu ini saja”.<sup>104</sup>

Saat bisnis masih dikelola oleh pemilik awal, rumah makan tersebut pernah mendirikan cabang diluar kota, namun tidak berjalan begitu lama. Dan Kota Palangka Raya menjadi satu-satunya aktivitas bisnis rumah makan Al-Mu'minun hingga saat ini. Sebagaimana dari wawancara berikut ini:

“Pernah punya cabang sampai di Kuala Kurun sana, waktu masih dikelola sama ibu ku. Itupun tidak bertahan lama. Karena mungkin bagusya disini, jadi menetapkan fokus untuk disini saja”.<sup>105</sup>

Beliau menjelaskan rumah makan tersebut pernah bercabang diluar kota saat awal berbisnis oleh ibu beliau, tetapi hanya sebentar dan lama kelamaan sampailah ke Kota Palangka Raya jadi lokasi bisnis akhir yang saat ini sudah dikelola oleh H. Sopianur.

Untuk saluran distribusi rumah makan ini yaitu dengan cara distribusi langsung. Disebut saluran langsung atau saluran nol tingkat (*zero level channel*) yaitu dari produsen langsung ke konsumen tanpa melibatkan pedagang perantara. Hal ini bisa dilakukan dengan cara

---

<sup>104</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

<sup>105</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

penjualan pribadi (*door to door*) melalui pos dari toko milik produsen sendiri. Pada distribusi secara langsung produsen sendiri akan menyalurkan produk hasil produksinya kepada pemakai terakhir/konsumen tanpa melalui perantara. Konsumen langsung mendapatkan bahan konsumsi dari pihak produsen atau disini sebagai karyawan.<sup>106</sup>

Hal ini sebagaimana dinyatakan oleh D salah satu karyawan rumah makan:

“Pada bagian pelayanan tidak menentu, biasanya 2 atau 3 orang bergantian melayani untuk mencatat menu yang dipesan, tergantung banyaknya pengunjung juga dan nantinya makanan tersebut mereka yang akan mengantar ke pengunjung. Sedangkan 3 orang lagi yang bertugas membuat minuman didapur belakang lalu nantinya membersihkan meja, dan mencuci peralatan seperti gelas, piring, nampan dan lainnya. Sebagian dibantu orang yang melayani pengunjung tadi. Kalau aku disini dibagian depan dibantu sama 2 orang lagi bertugas untuk membakar-bakar Ikan, menyiapkan makanan, saus, dan lauk pauk. Kalau kasir biasa beliau (manajer) sendiri yang berjaga di kasir itu. Kalau tidak ada ya biasanya menantu beliau yang jaga atau bisa juga lainnya yang menangani.”<sup>107</sup>

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, untuk pendistribusian dilakukan dengan tenaga karyawan yang sudah mendapatkan tugasnya masing-masing, meskipun nantinya tugas yang dilakukan tidak menetap dan dilakukan secara bergantian. Apalagi jika konsumen yang berdatangan dalam kondisi yang banyak atau secara berkelompok. Karyawan seharusnya sudah siap dalam menangani hal tersebut dan berperan penting agar pengunjung merasa nyaman sebagai konsumen..

<sup>106</sup> Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 228-229.

<sup>107</sup> Wawancara dengan D, (Karyawan), Palangka Raya, 14-04-2018.

### 3. Harga

Menurut H. Djaslim Saladin pengertian harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen.<sup>108</sup>

Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Dalam bukunya Marius P. harga adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu.<sup>109</sup>

Harga rumah makan Al-Muminun disesuaikan dengan jenis menu yang diinginkan oleh pengunjung. Harga makanan yang ditawarkan bervariasi mulai dari harga yang terendah sampai yang tertinggi. Namun, harga-harga produk yang ditawarkan tidak dicantumkan dalam menu. Pihak rumah makan tidak memiliki menu seperti rumah makan lainnya.

Menurut H.Sopianur harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan, sebagaimana hasil wawancara berikut:

“Harga yang ditetapkan kami sesuaikan dengan di pasar, kalau memang mahal itu ya tergantung yang dipesan. Kalau udang ada yang dari harga 40 sampai 60, ya karena memang besar jadi mahal juga harganya.”<sup>110</sup>

<sup>108</sup> Lihat, Djaslim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran...*, h. 95.

<sup>109</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002, Cet 2, h. 268.

<sup>110</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli karenanya, jika mekanisme pasar terganggu maka harga yang adil dapat mendorong para pelaku pasar untuk bersaing secara sempurna. Jika harga tidak adil maka pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan menanggung kerugian.<sup>111</sup>

Penulis menilai harga yang di pasarkan oleh rumah makan wajar sesuai dengan apa yang diberikan konsumen. Terlihat dari bahan konsumsi yang besar dan masih segar, karena bahan konsumsi yang diambil tidak jauh dari rumah makan tersebut berdekatan dengan daerah pasar. Harga yang diberikan juga sesuai dengan standar produksi lainnya.

Namun tetap saja sebagian konsumen memberikan pendapat berupa harga yang diterapkan rumah makan Al-Mu'minin itu mahal dan masih belum standar dengan kualitas yang mereka harapkan. Sebagaimana wawancara bersama M selaku konsumen berikut ini:

“Aku tidak menyangka juga kalau kita makan disini ternyata mahal daripada rumah makan lainnya, kalau bagi aku sih ya mahal ini, tapi karena banyak juga yang makan disini karena mereka mampu mungkin”.<sup>112</sup>

Besar pendapatan masyarakat yang ada di sekitar lokasi/tempat rumah makan Al-Mu'minin rupanya berpengaruh pada pendapatan rumah makan. Sebab, tingkat pendapatan masyarakat juga akan berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Segmentasi yang dipilih oleh rumah makan

---

<sup>111</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islma (P3EI) Univ Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 330.

<sup>112</sup> Wawancara dengan M (Konsumen), Palangka Raya, 14-04-2018.



Al-Mu'minin adalah menengah ke atas memungkinkan untuk menetapkan harga yang sedikit tinggi, karena dilihat dari pendapatan dan daya beli konsumen. Konsumen perkotaan lebih selektif dalam memilih makanan, mereka bisa memilih makan yang sehat, higienis dan rumah makan Al-Mu'minin menawarkan makanan sehat, bersih, dan citarasa yang sesuai dengan para konsumennya. Sebagaimana dinyatakan oleh H.Sopianur:

“Memang ada yang menyebutkan mahal, tapi insyaallah kualitas sesuai saja, pengunjung juga datang dari kalangan mana saja. Seperti pegawai, karyawan, pendatang baru dan lainnya.”<sup>113</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas penulis menyimpulkan ada beberapa hal yang membuat harga rumah makan Al-Mu'minin sesuai dengan para konsumen yaitu:

1. Bahan baku yang mahal dan dapat berubah-ubah dari harga pasaran, sehingga pihak rumah makan tidak membuat menu yang mencantumkan harga.
2. Kualitas bahan baku yang terjamin bersih, segar, dan sebagian ikan berukuran besar.
3. Konsumen yang terdiri dari kalangan menengah dan atas memungkinkan konsumen mampu membeli dengan harga yang ditawarkan.
4. Adanya pajak restoran memungkinkan pihak rumah makan menaikkan harga makanan di rumah makan tersebut.

---

<sup>113</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

## C. Manajemen dan Tips-Tips Rumah Makan Al-Mu'minin

### 1. Manajemen Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minin

Manajemen adalah suatu ilmu untuk mengelola suatu aktivitas, dalam rangka mencapai suatu tujuan, dengan bekerjasama secara efisien dan terencana dengan baik. Pada landasan teori dijelaskan empat fungsi manajemen yang harus ada dilakukan sebuah perusahaan yaitu fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pengarahan (*actuating*) dan fungsi pengawasan (*controlling*).

#### a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan yaitu suatu proses dalam suatu kerangka untuk mengambil keputusan dan penyusunan rangkaian tindakan selanjutnya di masa depan. Dalam perencanaan terlibat unsur penentuan yang berarti bahwa dalam perencanaan tersebut tersirat pengambilan keputusan. Karena itu perencanaan dapat dilihat sebagai suatu proses dalam suatu kerangka untuk mengambil keputusan dan penyusunan rangkaian tindakan selanjutnya di masa depan.<sup>114</sup>

Dalam sebuah perusahaan biasanya terdapat visi misi sebagai langkah perusahaan untuk mewujudkan usaha yang terbaik dan membangun bisnis yang sesuai dengan target. Tetapi pada rumah makan Al-Mu'minin penulis tidak menemukan adanya visi misi yang jelas dan lebih terinci. Pihak rumah makan hanya menyebutkan tujuan

---

<sup>114</sup> Lihat, Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah...*, h. 119.

berdirinya usaha yang dijalankan nya saat ini, sebagaimana wawancara berikut:

“Untuk tujuan bisnisnya memberikan kepuasan pelanggan terhadap makanan ini khususnya pelanggan-pelanggan baru yang biasanya baru tahu makanan khas daerah banjar. Dan pastinya mencari keuntungan juga seperti bisnis pada umumnya”<sup>115</sup>

Selain tujuan, penulis melakukan wawancara terhadap H.Sopianur tentang rencana bisnis rumah makan di masa depan. Maka sebagaimana hasil wawancara yaitu:

“Rencananya ya meningkatkan produksi saja dulu, mudahan mencapai target terus tiap harinya... Kalau untuk cabang tidak ada sih masih menjalani yang ada saja... mungkin ada beberapa perubahan saja dibagian depan, seperti pembersihan dan tata ulang bagian depan ini”<sup>116</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, manajer rumah makan Al-Mu'minin merencanakan untuk mencapai target agar pendapatan meningkat dalam penjualan setiap untuk kedepannya. Namun beliau belum berencana membuka usaha bisnis di tempat lain. Padahal rumah makan tersebut sudah mampu bersaing dengan bisnis rumah makan lainnya yang memiliki standar kualitas yang baik dan perencanaan yang jelas. Seharusnya manajer rumah makan Al-Mu'minin bisa berdiri secara luas dengan mencontoh usaha bisnis rumah makan lain yang berani membuka cabang antar kota maupun nasional.

Untuk saat ini yang harus dilakukan rumah makan Al-Mu'minin dalam hal perencanaannya, yaitu memperhatikan anggaran biaya, menjaga kualitas barang produksi, menjaga kualitas rasa, dan menjaga

---

<sup>115</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

<sup>116</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

pelayanan terhadap pelanggan. Dengan adanya perencanaan yang tepat maka usaha bisnis dapat terarah dan diharapkan dapat berjalan secara maksimal.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan pengelompokan kegiatan dan tugas-tugas yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan. Dalam Islam, organisasi merupakan suatu kebutuhan. Dengan adanya pengorganisasian memungkinkan untuk mengatur kemampuan sumber daya insani guna mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan segala potensi secara efektif.<sup>117</sup> Sebagaimana wawancara bersama H.Sopianur pada berikut:

“Ya seperti biasa aja kalau organisasi itu, iya bisa dibilang jabatan teratasnya saya sebagai manajernya dan bawahannya karyawan yang ada ni saja”.<sup>118</sup>

Penulis tidak dapat melihat secara rinci untuk struktur organisasi yang ada pada rumah makan ini. Namun untuk memudahkan penulis memberikan struktur organisasi rumah makan ini sebagai sistem manajemen sederhana.

Organisasi dalam usaha rumah makan Al-Mu'minin ini tidak terartur atau terstruktur seperti yang ada diperusahaan, karena yang memimpin sekaligus mengatur kegiatan produksi tersebut. Para karyawan semua tingkatan sama, tidak ada yang namanya bendahara, seksi-seksi, sekretaris, anggota dan lain sebagainya. Untuk mencapai

---

<sup>117</sup> *Ibid.*,

<sup>118</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

tujuan yang telah direncanakan, maka setiap karyawan saling bantu membantu dalam usaha ini. semua karyawan berjumlah 8 orang, dimana 6 orang laki-laki, dan 2 orang perempuan. Dilihat dari kegiatan bisnis yang ada pada rumah makan Al-Mu'minun, penulis membuat sendiri struktur yang sesuai dengan rumah makan tersebut.<sup>119</sup>

Pemilik usaha rumah makan Al-Mu'minun (*manajer*) yaitu Bapak H.Sopianur. berkewenangan, bertanggung jawab terhadap semua aktifitas khususnya mengawasi kegiatan produksi dan pelayanan yang ada di rumah makan Al-Mu'minun. Beliau sebagai manajer tegas dan rutin mengontrol jalannya bisnis tersebut.

Pada bagian produksi yaitu D perwakilan karyawan disana yang mana tanggung jawabnya terhadap ketersediaan bahan baku untuk di olah menjadi menu siap saji. Sebenarnya hampir semua karyawan dapat bertugas dalam pengolahan makanan dan minuman. Misalnya bagian depan pengolahan makanan, bagian pelayanan, dan bagian dapur pengolahan makanan dan minuman. Dalam hal ini karyawan dapat bertukar tugas sewaktu-waktu (*random*).

Pada bagian keuangan yang mengatur, menerima pemasukan dan pengeluaran adalah H.Sopianur sendiri. Namun terkadang pada bagian kasir selama beliau tidak ada, H. Zuhri selaku menantu beliau lah yang menggantikannya. Ini berdasarkan observasi yang penulis lakukan.

---

<sup>119</sup> Lihat Tabel/Bagan IV

Pada bagian pembelian yaitu M, seorang karyawan yang mana tugasnya bertanggung jawab atas pembelanjaan kebutuhan rumah makan Al-Mu'minun, mulai dari bahan baku, bumbu, maupun perlengkapan lainnya. Biasanya dilakukan oleh 2 orang karyawan atau terkadang karyawan D dapat membantu. Selanjutnya karyawan-karyawan lainnya melaksanakan tugas masing-masing dibagian yang telah ditugaskan oleh manajer baik dalam produksi, pembelian atau yang lainnya.<sup>120</sup>

Karyawan bekerja setiap harinya, dari jam 08.00 sampai jam 21.00. Waktu istirahat ditentukan pada jam shalat dan dilakukan oleh karyawan secara bergantian. Pembayaran gaji karyawan dihitung perhari tapi dibayar perbulan, perbulannya gaji pokok karyawan sebesar Rp. 2.700.000,00. Namun ada juga yang dihitung perhari Rp.80.000,00 hingga Rp.100.000,00 seperti tukang cuci yang tugasnya sebagai tenaga tambahan yang kadang membantu karyawan lainnya.<sup>121</sup>

Rumah makan Al-Mu'minun sudah lama berdiri hingga menjadi sukses seperti saat ini. Namun organisasi dalam usaha rumah makan ini tidak terstruktur seperti yang ada pada perusahaan. Hanya 2 karyawan yang ditugaskan khusus untuk memasak di depan, dan karyawan lainnya saling membantu satu sama lainnya.

Organisasi sangat diperlukan dalam manajemen syariah, struktur organisasi mencerminkan pengalokasian tugas, wewenang, dan

---

<sup>120</sup> Observasi dan wawancara pada tgl 14-04-2018

<sup>121</sup> Observasi dan wawancara pada tgl 10-10-2018



tanggung jawab masing-masing orang yang ada dalam suatu organisasi.<sup>122</sup> Oleh karena itu, pihak rumah makan sebaiknya lebih rinci lagi dalam membuat struktur organisasi, sehingga para karyawan tidak campur tangan dalam hal pekerjaan yang mana tugas tersebut sudah tepat dan menjadi kebiasaan karyawan masing-masing.

c. Pengarahan (*Actuating*)

.Pengarahan tidak lain merupakan upaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan, dengan melalui berbagai petunjuk dan pemotivasian agar setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai dengan peran, tugas dan tanggung jawabnya. Fungsi *actuating* lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi. Kualitas kepemimpinan yang tinggi sangat diperlukan agar setiap karyawan menjalankan tugasnya sesuai dengan yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.<sup>123</sup>

Setelah pengorganisasian terbentuk, tugas dibagi kepada karyawan. Agar produksi berjalan dengan baik, maka dilakukan suatu pengarahan. Dalam usaha rumah makan Al-Mu'minun, pemilik sekaligus menjadi manajemen memberikan pengarahan yang baik dan apa yang harus dikerjakan dan apa yang tidak dikerjakan oleh para karyawan. Setelah tugas diberikan oleh H.Sopianur kepada seluruh karyawan, beliau lalu memberikan petunjuk atau arahan, khususnya

---

<sup>122</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012, h. 181.

<sup>123</sup> Lihat, Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis...*, h. 99.

kepada karyawan yang baru, agar produksi berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang direncanakan. Sebagaimana dalam wawancara berikut:

“Iya, biasanya dibilangi terus bagaimana melakukan sesuatu dan tugasnya, apalagi kalau orang baru. Kalau yang sudah mahir ya tidak terlalu dibilang lagi. Ya meskipun terkadang ada juga”<sup>124</sup>

Karyawan bekerja setiap harinya, dari jam 08.00 sampai jam 21.00. Untuk hari libur ditentukan oleh manajer atau karyawan bisa mendapatkan izin dari manajer. Karyawan diberikan waktu istirahat pada jam sholat dan karyawan bergantian untuk beristirahat dengan lainnya yang bertugas sampai ada yang menggantikan karyawan tersebut. Kadang waktu istirahat dipakai untuk bersantai jika tugas mereka selesai dan pengunjung tidak banyak berdatangan. Sebagaimana wawancara bersama salah satu karyawan tersebut:

“Iya kalau waktu istirahat paling pas waktunya shalat, bergantian kami istirahatnya. Atau kalau tidak banyak orang bisa aja sedikit bersantai”<sup>125</sup>

Sebagaimana dijelaskan pada landasan teori dalam manajemen bisnis islam, manajemen dipandang sebagai perwujudan amal sholeh yang harus bertitik tolak dari niat baik. Niat baik tersebut akan memunculkan motivasi aktivitas untuk mencapai hasil yang bagus demi kesejahteraan bersama. Manajer dapat selalu memberikan berupa arahan ataupun motivasi pada karyawan. Pimpinan harus memotivasi unsur pengetahuan dan keterampilan karyawan. Selanjutnya, yang perlu

---

<sup>124</sup> Wawancara dengan D ( Karyawan), Palangka Raya, 14-04-2018.

<sup>125</sup> Wawancara dengan D (Karyawan), Palangka Raya, 14-04-2018.

di motivasi adalah unsur ibadah. Begitu juga penerapan *spiritual company*, semangat yang diterapkan oleh perusahaan terhadap karyawannya dengan mengedepankan sikap dan perilaku yang baik, dan menjaga hubungan antara karyawan. Dari semua itu, yang paling utama untuk dimotivasi pimpinan adalah kejujuran..

Dengan menerapkan fungsi manajemen *actuating*, pemilik usaha rumah makan Al-Mu'minin sekaligus manajernya dapat memberikan perintah dan mengawasi setiap pekerjaan karyawannya. Dan selalu berinteraksi kepada karyawan, agar terjadi transparansi antara atasan dengan bawahan.

#### d. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian adalah suatu upaya yang sistematis untuk menetapkan standar prestasi dengan sasaran perencanaan, merancang sistem umpan balik informasi sesungguhnya dengan standar terlebih dahulu ditetapkan, menentukan apakah ada penyimpangan dan mengambil tindakan perbaikan-perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa sumber daya organisasi yang digunakan sedapat mungkin dengan cara yang paling paling efektif dan efisien guna tercapainya sasaran organisasi.<sup>126</sup>

Tujuan utama dari pengendalian adalah memastikan bahwa hasil kegiatan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Pengawasan

---

<sup>126</sup> Lihat, M Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto, Paulus, *Pengantar Bisnis...*, h. 96.

dalam pandangan Islam dilakukan untuk meluruskan yang tidak lurus, mengoreksi yang salah, dan membenarkan yang hak.<sup>127</sup>

Manejer rumah makan Al-Mu'minin selalu mengontrol karyawannya dalam bekerja, baik dalam proses produksi ataupun pelayanannya. Sebagaimana wawancara bersama H.Sopianur:

“Hampir setiap hari datang kesini kalau mengontrol, karena memang proses pengolahan produksinya disini juga. Kecuali kalau sore sampai malam ada aja yang gantikan...”<sup>128</sup>

Begitu pula yang dikatakan oleh D selaku karyawan rumah makan tersebut yaitu:

“ya memang, beliau memang tiap hari datangnya”<sup>129</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti melihat bahwa manajer sering mengontrol kegiatan bisnis karyawannya sebagai upaya kelancaran dalam membangun bisnis rumah makan tersebut, agar tercipta standar prestasi dengan sasaran yang baik di kemudian hari, dan mengatasi apakah ada penyimpangan yang tidak diinginkan terhadap usaha bisnis tersebut. Beliau menambahkan:

“Kalau untuk aturan-aturan yang ada disini yang penting kerjaan terlaksana dulu, baru ada saatnya kalau main hp dan sebagainya. Karena untuk waktunya santai ada, untuk istirahat ada. Asalkan kerjaan diutamakan terlebih dahulu dan jangan lupa untuk melayani pengunjung.”

Hal ini juga dijelaskan oleh D selaku karyawan rumah makan tersebut:

---

<sup>127</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam praktik*, Depok: Gema Insani, 2003, ed. 1, h. 156.

<sup>128</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

<sup>129</sup> Wawancara dengan D (Karyawan), Palangka Raya, 14-04-2018.

“ya... apa yang beliau katakan ya dituruti saja aturannya, yang penting selama ada kerjaan, dikerjakan dulu kata beliau. Jangan bermain ponsel, main game atau lainnya.. kalau lagi gak ada pengunjung tidak apa-apa sebentar”<sup>130</sup>

Diharapkan dengan adanya tujuan pengawasan atau pengendalian hasil kegiatan usaha bisnis sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Manajer dapat mengetahui adanya penyimpangan terhadap pelaksanaan. Selain itu manajer dapat memberikan masukan yang dapat digunakan untuk memperbaiki perencanaan dan pelaksanaan yang akan datang.

## **2. Tips Sukses Bisnis Rumah Makan Al-Mu'minun**

Kesuksesan perusahaan merupakan keserasian atau kecocokan antara peraturan dan sistem manajemen dengan cara yang nyata digunakan oleh departemen sumber daya manusia guna mendukung pelaksanaan strategi perusahaan dari perspektif perilaku perusahaan. Misalnya membaca peluang, yaitu sebuah keterampilan hidup yang dimiliki oleh setiap orang dengan tingkat kemahiran dan ketajaman yang berbeda-beda.<sup>131</sup> Berikut kutipan wawancara bersama H.Sopianur:

“Iya karena dulu rata-rata orang daerah kami suka makan siang yang menunya bakar-bakaran, jadi kami coba terapkan ke bisnis ini”.<sup>132</sup>

Bisnis rumah makan Al-Mu'minun menjadi usaha yang termasuk unggul di bidang kuliner. Tidak sedikit orang yang mampu bertahan mengumpulkan keuntungan dalam waktu yang lama dengan

<sup>130</sup> Wawancara dengan D (Karyawan), Palangka Raya, 14-04-2018.

<sup>131</sup> Bije Widjajanto, *Cara Aman Memulai Bisnis*, Jakarta: Grasindo, 2012, h.14.

<sup>132</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

mengembangkan bisnis kuliner. H.Sopianur menegaskan agar selalu berusaha dan memberikan pelayanan yang baik sehingga bisnis bisa bertahan dan konsisten. Sebagaimana dinyatakan oleh beliau:

“Saat ini bisnis bisa bertahan sekarang ini karena inilah kebiasaan saya... jadi saya benar-benar mengarahkan kebiasaan saya ke bisnis ini. Jadi ya diusahakan saja sekuatnya untuk bertahan, jalani saja dulu... yang perlu diperhatikan ya dari kebersihannya, pelayanannya, makanannya juga perlu diperhatikan, harus konsisten jangan sampai cita rasanya berubah, makanya saya sering mengontrol disini”<sup>133</sup>

Dijelaskan pada landasan teori seorang pebisnis harus memiliki keterampilan teknis dan perilaku yang baik. Jadi, untuk menghasilkan performa yang maksimal, seseorang harus memiliki kompetensi yang seimbang, antara kemampuan teknis dan non-teknis (perilaku). Menurut Sailah *Hardskill* yaitu penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dan keterampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmunya. *Hardskill* bisa diukur dengan melakukan tes yang ada hubungannya dengan bidang yang dipelajari.<sup>134</sup>

Berikut kutipan wawancara bersama H.Sopianur:

“Dulu karena pernah lama ikut orang juga di rumah makan, jadi sudah ada pengalaman dan kesiapan sampai bisa punya rumah makan sendiri. Jadi kalau untuk bisnis rumah makan sudah tahu dan sudah bisa mengaturnya”.<sup>135</sup>

Manajer rumah makan Al-Mu'minin dalam hal ini sudah memiliki keterampilan dalam bisnis rumah makan, beliau sudah ada pengalaman menjadi karyawan di rumah makan lain, sehingga beliau menerapkan dan mempelajari bisnis rumah makan sampai mendirikan bisnis sendiri.

<sup>133</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

<sup>134</sup> Lihat, Sailah, *Pengembangan Softskill di Perguruan Tinggi...*, h. 21

<sup>135</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.



Belajar dari pengalamannya beliau hingga saat ini dapat mempertahankan bisnisnya selama puluhan tahun dan sudah dikenal masyarakat lokal.

Sebagaimana disampaikan oleh Hj. Minah selaku adik dari H.Sopianur:

“...Ya karena mungkin rumah makan itu sudah lama berdiri, orang sudah banyak yang kenal dengan beliau, konsumen juga saat itu sudah kenal dengan beliau, jadi orang ingat dan mau membawa konsumen lainnya.”<sup>136</sup>

Ini juga dijelaskan pada konsep bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antar pedagang, produsen, dan para pelanggan. Sehingga pelanggan ini akan membantu mempromosikan dan menarik orang-orang atau mungkin teman, keluarganya untuk ikut mengkonsumsi atau ikut menjadi pelanggan.

Selanjutnya pada bagian *softskill* yaitu kemampuan yang dilakukan dengan cara non teknis, artinya tidak berbentuk atau tidak kelihatan wujudnya. Atau sesuatu yang tak kasat mata/ imajiner/abstrak. *Softskill* tidak dipelajari secara langsung baik di sekolah maupun universitas. *Softskill* bisa didapatkan di lingkungan sekitar.

Selama observasi yang penulis lakukan, penulis berpendapat bahwa sikap, perilaku dari manajer adalah salah satu hal yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis beliau. Sifat beliau tegas, dan bijak mengambil pilihan tanpa ragu, namun tetap menyambut baik terhadap konsumen yang datang. Hal ini dinyatakan oleh M selaku karyawan dari rumah makan sebagai berikut:

---

<sup>136</sup> Wawancara dengan Hj. Minah, Palangka Raya, 14-04-2018.

“Beliau orangnya tegas, gayanya memang seperti itu, tapi tetap santai dengan konsumen yang datang ke rumah makan tetap disambut baik... Biasanya juga kalau tahu dengan bos beda harganya.”<sup>137</sup>

Sama halnya dengan Hj. Minah selaku adik dari H. Sopianur, dalam ikatan keluarganya beliau merupakan orang yang tegas dan kerja keras, sebagaimana wawancara sebagai berikut:

“beliau itu tegas, keras orangnya. Tapi itu bagusya jadi keliatan orangnya kerja keras, ya itu usaha beliau lancar sampai sekatrang, berkat kerja keras beliau juga kan itu”<sup>138</sup>

Disamping itu beliau juga dipandang sebagai sosok yang religius. Dengan tampilan peci di kepala seakan memperlihatkan identitas nya yang sudah berhaji, sekaligus seorang manajer di rumah makan tersebut. Ini menjadi ciri tersendiri bagi beliau agar dikenal dan dipandang baik oleh konsumen atau masyarakat lainnya. Selain itu, berkaitan dengan agama beliau sangat menjaga ibadah nya. Sudah seharusnya seseorang muslim yang bertakwa menjadikan sebuah Ibadah sebagai ketauhidan dan pertolongan untuk mencapai keberkahan dalam hal bisnis dan lainnya. Dalam QS At-Thalaq [65]: 2-3 Allah swt berfirman:

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۖ وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ ۖ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ۖ  
وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۚ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۚ إِنَّ اللَّهَ  
بَلِغُ أَمْرِهِ ۚ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٦٥﴾

<sup>137</sup> Wawancara dengan M (Karyawan), Palangka Raya, 14-04-2018

<sup>138</sup> Wawancara dengan Hj. Minah, Palangka Raya, 03-09-2018

Artinya: “Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan Mengadakan baginya jalan keluar. dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. dan Barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah Mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.”<sup>139</sup>

Seorang yang menjadikan ibadah kepada Allah swt sebagai suatu jalan, petunjuk, merupakan keberkahan bagi dirinya. Apalagi seorang pebisnis bisa menerapkan ini dalam kehidupannya, *insyaAllah* rezeki yang didapat menjadi sebuah pahala dan kebaikan dalam hidupnya.

Berkenaan dengan hal tersebut, hal ini disampaikan oleh H.Sopianur:

“Nah.. itu urusan lawan tuhan aja lagi, yahh.. ibadah kerjakan kewajiban gitu lah, seperti shalat berjamaah, mengikuti pengajian, beshalawat...”<sup>140</sup>

Lalu hal ini juga diperjelas oleh Hj. Minah, seperti kutipan wawancara berikut:

“Nah saya juga tidak terlalu tahu sih tentang itu. Ya baik seperti orang lainnya juga, mengerjakan kewajiban-kewajiban seperti itu itu juga, mengikuti shalat berjamaah.... kalau pengajian beliau ada mengikuti tiap malam rabu membuka arisan amuntai. Jadi mungkin dari situ beliau kenal dengan perguruan, ulama kalsel. Belajar dari situ berarti beliau...”<sup>141</sup>

Ibadah menjadi salah satu faktor keberhasilan seseorang khususnya dalam bidang bisnis. Hal ini terdapat pada diri manajer rumah makan. Pada kutipan wawancara diatas H.Sopianur menyebutkan beliau seorang yang taat dalam menjalankan kewajiban-kewajiban agama nya seperti shalat berjamaah, mengikuti pengajian, dan bershalawat kepada Nabi

<sup>139</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, h. 945-946

<sup>140</sup> Wawancara dengan Bpk H. Sopianur, Palangka Raya, 09-05-2018.

<sup>141</sup> Wawancara dengan Hj. Minah, Palangka Raya, 03-09-2018

Muhammad saw. Penulis lalu mendapati jawaban lagi dari Hj.Minah untuk memperjelas hal tersebut. Adik beliau berpendapat selain kewajiban agama seperti shalat dan lainnya yang sudah disebutkan, beliau juga mempunyai agenda khusus di malam rabu yaitu arisan kelompok dari amuntai yang diisi oleh pengajian dari guru dan alim ulama. Dari praktiknya ternyata ada contoh kecil yang sudah beliau terapkan ke bisnis. Hal ini disebutkan oleh D selaku karyawan:

“Beliau paling cuma menyuruh kami (karyawan) membuka warung, menutup warung agar membaca shalawatnya.”<sup>142</sup>

Seperti sebelumnya yang disebutkan beliau salah satunya yaitu menjaga shalawat kepada Nabi saw. Dalam hal bisnis ini juga bisa diterapkan ke masyarakat atau pelaku bisnis lainnya yang ingin menambah nilai ibadah dari sunnah Nabi saw.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas penulis simpulkan tips-tips sukses bisnis rumah makan Al-Mu'minin dilihat dari *hardskill* dan *softskill* nya seperti berikut:

a. Kebersihan yang ada pada rumah makan diperhatikan

Kebersihan dapat diartikan sebagai sesuatu keadaan yang terbebas dari segala noda dan kotoran, baik yang tampak oleh mata maupun tidak. Kebersihan menjadi hal yang harus dijaga, setiap orang yang memiliki usaha bisnis tentunya harus menampilkan kerapihan dan kebersihan pada tempat yang jadi lahan rezekinya.

---

<sup>142</sup> Wawancara dengan D, Palangka Raya, 15-10-2018

Islam menjadikan nilai kebersihan sebagai suatu ibadah dan sebagian dari Iman. Sebagaimana sabda Nabi saw:

“Kebersihan merupakan sebagian dari Iman” (HR. Ahmad)

Maka dari itu, hal ini pula yang diterapkan oleh H.Sopianur dalam mengelola bisnisnya pada rumah makan Al-Mu'minin. Setiap harinya karyawan dengan rajin membersihkan tempat dari depan pengolahan makanan hingga ruang makan utama dan untuk peralatan yang digunakan seperti piring, gelas, sendok, pisau dan lainnya juga dicuci hingga bersih. Dari segi produk, bahan baku yang digunakan juga masih bersih, segar dan layak dikonsumsi. Apabila dirasa sudah tidak layak dikonsumsi lagi karyawan dapat mengganti bahan baku yang baru. Dengan arahan manajer, lokasi bisnis menjadi lahan rezeki yang bersih dan menyehatkan untuk para konsumen.

b. Mempertahankan cita rasa makanan

Cita rasa yang enak menjadi salah satu faktor penentu suksesnya bisnis kuliner. Oleh karena itu, seorang wirausahawan harus mengetahui cara mengolah makanan dengan tepat. Sebagaimana wawancara diatas, manajer rumah makan Al-Mu'minin memiliki keterampilan yang sesuai dibidangnya dalam bisnis rumah makan. Dengan modal pengalaman yang sudah berpuluh tahun menjadi karyawan rumah makan sebelumnya, beliau mampu membuat makanan yang berasal dari ibunya dan menghidupkan cita rasa makanan tentunya dengan versinya yang sekarang. Saat ini beliau

hanya mengelola dan mengarahkan karyawannya untuk menjaga bumbu dan keaslian rasa makanan tersebut. Maka nilai cita rasa yang ada sekarang pada rumah makan Al-Mu'minin sudah tentu berhasil dipertahankan oleh beliau. Dari sinilah penulis melihat ada nilai keterampilan yang dimaksudkan sesuai dalam manajemen *Hardskill*.

- c. Manajer gigih dan konsisten dalam menjalankan usaha, terbukti dengan lamanya bertahan pada bisnis beliau (Istiqamah)

Seorang pebisnis yang tangguh akan selalu menerima keadaan saat bisnisnya ramai atau sepi. Tidak mudah bagi individu agar dapat bertahan. Dibutuhkan kesabaran yang ekstra bagi pebisnis agar bisa bertahan dalam mengelola bisnisnya. Jadilah jiwa yang kuat dan selalu bersyukur dengan keadaan, karena kedepannya banyak halangan dan rintangan yang akan menghadang dalam dunia bisnis, baik timbul dari diri kita sendiri ataupun dari orang lain.

Kunci strategi untuk membangunkan komunikasi dengan Allah swt terletak pada konsistensi dan kontinuitas seorang hamba. Nilai Istiqamah (konsisten) merupakan bagian ajaran yang penting dalam menjalani kehidupan. Dalam berbisnis, perilaku individu yang istiqamah mengaitkan aktivitas-aktivitasnya dengan nilai ibadah untuk mendekatkan diri kepada Tuhan. Implikasinya dalam beraktivitas bisnis, Allah selalu menyertai, memberi petunjuk dan memilihkan langkah-langkah jitu kepada kita. Kemudian jiwa pelaku bisnis akan merasa aman dan tetap teguh dalam pendiriannya khususnya dalam



menjalani bisnis.<sup>143</sup> Hal inilah yang selama ini ada pada diri H.Sopianur sebagai manajer rumah makan Al-Mu'minun.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, penulis menilai sosok H.Sopianur merupakan orang yang tak kenal lelah dalam membangun bisnisnya. Selama puluhan tahun memulai karir menjadi karyawan akhirnya beliau mampu mengelola bisnis nya sendiri dan menjadi manajer sampai sekarang ini. Tentu sudah banyak pelajaran dan kendala yang beliau lewati. Namun dengan nilai istiqamah itu, beliau mampu menjadi seorang individu yang gigih dan tak lupa selalu mensyukuri nikmat Allah swt hingga akhirnya beliau mampu menerima hasil berkat kerja keras yang ditekuninya selama ini.

- d. Membawa nilai ibadah ke dalam aktivitas bisnis baik berupa kewajiban seorang muslim atau sunnah nabi saw.

Sebagai pelaku bisnis yang menganut agama, khususnya Islam tentu saja menyadari bahwa upaya keras dalam bisnis perlu diimbangi dengan pendekatan kepada Allah swt, Tuhan yang Maha Kaya dan yang memberi Kekayaan kepada siapapun yang dikehendaki. Dia-lah Tuhan yang membagi rezeki (harta kekayaan) kepada manusia karena keluasan rahmat-Nya. Dia-lah yang menjadikan pelaku bisnis sukses atau gagal karena keadilan-Nya. Namun demikian, di balik itu bagaimanapun ia tetap dituntut untuk terus bermohon kepada Allah.<sup>144</sup>

---

<sup>143</sup> Muhammad Djakfar, *Teologi Ekonomi: Membumikan Titah Langit di Ranah Bisnis...*, h. 237

<sup>144</sup> *Ibid...*, h. 201

Dengan nilai ibadah tersebut seseorang dapat menerapkan aktivitas tersebut untuk menjalani bisnisnya.

Sebagaimana hasil wawancara diatas, pandangan D terhadap manajernya H. Sopianur adalah beliau pribadi yang tegas namun tetap baik terhadap konsumennya. Begitu pula yang dikatakan adik beliau Hj. Minah. Beliau sosok yg tegas dan keras dalam hubungan keluarganya, beliau laki-laki yang tangguh karena sampai saat ini beliau dapat mengelola bisnis rumah makan yang bermula dari Ibunya kemudian berhasil sampai sekarang. Bahkan beberapa konsumen mengenal beliau dengan baik.

Diluar dari ketegasan yang disebutkan, rupanya beliau juga sosok yang religius dan menjaga nilai ibadahnya terutama terhadap kewajiban seorang muslim atau sunnahnya. Menurut Hj. Minah nilai-nilai ibadah yang beliau terapkan seperti shalat berjamaah, mengikuti pengajian dari agenda tersendiri. Dari situ beliau memiliki akhlak yang terpuji dari pengajian ulama yang beliau ikuti. Penulis menilai tentu saja dengan hal yang sudah dilakukan ini dapat menjadikan bisnis beliau terjaga dan diberkati oleh Allah swt.

Selain itu nilai sunnah yang diterapkan oleh beliau yaitu mengamalkan shalawat nabi swt seperti yang dikatakan oleh D. Dalam prakteknya beliau mengingatkan karyawan agar tidak lupa membaca shalawat Nabi saw saat membuka atau menutup bisnis rumah makannya. Sayangnya penulis tidak dapat memaparkan secara rinci

shalawat seperti apa yang beliau terapkan ke bisnis. Secara umum shalawat yang dapat mempermudah pekerjaan, menghilangkan beragam kesusahan, dan dapat memperluas rezeki misalnya Shalawat *Nariyah* dan Shalawat *Anwarrizqi*.<sup>145</sup>

Penulis menilai antara Shalawat *Nariyah* dan Shalawat *Anwarrizqi* merupakan shalawat yang bisa diterapkan oleh beliau. Karena pada hakikatnya shalawat itu sama yaitu mengagungkan sosok Nabi Muhammad saw agar kita diberkati oleh nilai-nilai terpuji dan memperoleh syafaat dari Nabi Muhammad saw. Eksistensi shalawat sangatlah penting untuk mendukung doa dimana pun dan dalam keadaan apapun, khususnya dalam aktivitas bisnis.

Selain itu, ada praktek lain yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara dengan karyawan. Beliau kadang punya air yang beliau percikkan di tempat bisnis tersebut. Namun ini jarang sekali dilakukan. Kebetulan saja karyawan melihat itu terjadi, namun mereka tidak berani untuk mengetahui hal semacam itu lebih lanjut.<sup>146</sup> Menurut hipotesis penulis beliau mempelajari ilmu agama dengan guru dan ulama yang beliau kenal dari agenda pribadi beliau yaitu arisan kelompok amuntai yang diisi dengan pengajian dari ulama Kalsel.

Penulis memandang dengan positif bahwa hal seperti itu bisa saja dilakukan. Disertai dengan niat yang khusyuk sebagai hamba

---

<sup>145</sup> Joko Syahban, *Berbisnis Bersama Tuhan*, Jakarta: Hikmah (PT. Mizan Publika), 2008, h. 16

<sup>146</sup> Observasi dan wawancara, tgl 26-10-2018

Allah untuk mencari rezeki atau memenuhi kebutuhan hidup. Niscaya dengan sifat Maha Rahman-Nya, Allah akan memenuhinya.

Melihat dari konteks teori yang penulis ambil, ini merupakan kategori *softskill*. Sebagaimana *softskill* melihat dari luar keterampilan seseorang yang dimiliki dan lebih mnitikberatkan perilaku seseorang. Nilai ibadah seperti inilah yang harus diterapkan seseorang dalam aktivitas apapun Dengan memasukkan nilai-nilai ibadah tersebut ke dalam aktivitas bisnis, diharapkan bisnis yang dijalankan berkah dan menjadi ladang rezeki sekaligus pahala yang didapatkan oleh beliau.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Perkembangan bisnis rumah makan Al-Mu'minin hingga saat ini masih berjalan dengan baik dan konsumen masih berdatangan. Pada bagian produksi, bahan-bahan baku yang didapat masih bagus, baik, serta halal untuk dikonsumsi. Distribusi, karyawan melayani langsung konsumen meskipun dilakukan secara bergantian. Harga, yang ditetapkan sudah sesuai dengan pasaran tergantung apa yang jadi pesanan konsumen jika bahan yang didapatkan memang mahal.
2. Manajemen bisnis rumah makan Al-Mu'minin melaksanakan empat fungsi yang ada pada manajemen yaitu, perencanaan (*planning*), yaitu berencana untuk bisa meningkatkan produksi agar memperoleh pendapatan yang lebih dan memajukan usahanya. Pengorganisasian (*organizing*), yaitu memiliki struktur organisasi seperti manajer atau pemimpin (pemilik usaha) dan karyawan. Pengarahan (*actuating*), yaitu memberikan arahan pada setiap karyawannya. Pengendalian (*controlling*), yaitu manajer mengawasi pekerjaan yang dilakukan karyawannya sebagai upaya pengendalian. Kemudian tips sukses bisnis pada rumah makan Al-Mu'minin berdasarkan nilai *Hardskill dan Softskill* nya yaitu keterampilan mempertahankan cita rasa makanannya dan membawa nilai ibadah ke

dalam aktivitas bisnis baik berupa kewajiban seorang muslim atau sunnah seperti mengutamakan shalawat nabi.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian penulis merasa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, masih banyak kesalahan yang harus diperbaiki. Dan untuk melengkapi skripsi ini maka penulis menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak rumah makan Al-Mu'minin sebaiknya menjalankan suatu manajemen yang benar-benar sesuai dengan syariah Islam, dari segi pengarahan, juga memotivasi dari unsur ibadah, karena untuk menghindari berbuat curang dalam berbisnis.
2. Rumah makan Al-Mu'minin diharapkan dapat mempertahankan kualitas barang yang akan diproduksi dan memberikan cita rasa yang lezat dan enak namun harga tetap terjangkau bagi konsumen.
3. Sebaiknya lebih berkreasi lagi dari segi menu, tempat dan pelayanan untuk memberikan kesan yang berbeda bagi masing-masing konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Rizki Cermin, *Skripsi: Manajemen Produksi Warung Makan Nyanding Roso*, Banjarmasin: IAIN Antasari, 2017.
- Abdullah, Ma'ruf, *Manajemen Berbasis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012.
- Abdullah, Thamdin, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, Cet-2, 2013.
- Afzalurrahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid 1*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995, cet. Ke-1.
- Alma, Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta, 2004.
- Amalia, Euis, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Grama Publishing. 1996.
- Angipora, Marius P, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002.
- an-Nabhani, Taqiyuddin, *Nizham al-Iqtishadi fi al-Islam*, terj. Hafizh Abdurrahman, *Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Hizbuttahrir Indonesia, 2004, Cet. Ke-4.
- At Thukhi, Muhammad Sanad, *Ibadah Muamalah dalam Tinjauan Fiqih*, terj. Salim Basyarahil, Jakarta: Gema Insani Press, 1994.
- Aravik, Havis, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer* Depok: Kencana, 2017.
- At Thukhi, Muhammad Sanad, *Ibadah Muamalah dalam Tinjauan Fiqih*, Penj. Salim Basyarahil, Jakarta: Gema Insani Press, 1994.
- Basir, *Soft Skill vs Hard skill*. Jakarta Timur: Kantor Akuntan Publik Syarief Basir dan Rekan, 2011.
- BPS Provinsi Kalimantan Tengah, *Provinsi Kalimantan Tengah Dalam Angka 2017*. 2017.
- Chaudry, Muhammad Syarif, *Sistem Ekonomi Islam (prinsip dasar)*, terj. Suherman Rosyidi, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta:Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Quran, 1971.

- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Depok: Penebar Plus, 2010.
- Djakfar, Muhammad, *Teologi Ekonomi: Membumikan Titah Langit di Ranah Bisnis*, Malang: UIN-Maliki Press, 2010.
- Engel, Yohanes Agatha & Heru Susanto, *Pahlawan Ekonomi Kreatif*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017.
- Fauzia, Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Fuad, M, Christin, Nurlela, Sugiarto, Paulus, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cet-6, 2009.
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam praktik*, Depok: Gema Insani, 2003, ed. 1.
- Hasibuan, Malayu, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Islami, Faizal Alam, *Analisis Pengaruh Hard skill, Soft Skill, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Tenaga Kerja Penjualan Pt. Bumiputera Wilayah Semarang)*, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012.
- Jajuli, Sulaeman, *Ekonomi Dalam Al-qur'an*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Karim, Adiwarman, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, cet-3, 2006.
- Khairiansyah, *Skripsi: Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung pada Rumah Makan Mie Aceh Titi Bobrok Medan*, Medan: Universitas Sumatra Utara, 2012.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks: Indonesia, Jakarta, Ed-12, 2008.
- Latif, Anwar Manan *Skripsi: Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2009.
- Liong, Theresa C, *The Martha Tilaar Way, Sukses Meraih Bisnis*, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2010.
- Madura, Jeff, *Pengantar Bisnis*, terj. Ali Akbar Yulianto, Krista, Jakarta: Salemba Empat, Ed-4, 2007.
- Makmun, Hana, *Life Skills Personal Self Awarene (Kecakapan Mengenal Diri)*, Yogyakarta: Deepublish, 2017.

- Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2008.
- Mujahidin, Akhmad, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nasution, S, *Metode Research*, Jakarta: Bima Aksara, 1996.
- Prastiwi, Armase Galuh *Skripsi: Manajemen Pemasaran Oleh Travel Hasuna Tour Yogyakarta*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Univ Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin, Jakarta: Gema Insani Press. 1997.
- Rahman, Arif, *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*, Jakarta: TransMedia Pustaka, 2010.
- Rosyidi, Suherman, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sailah, *Pengembangan Soft Skills di Perguruan Tinggi*, Jakarta: Dikti, 2007.
- Saladin, Djaslim, *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*, Bandung: Linda Karya, 2003.
- Subagyo, Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukirno, Sadono, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Sulaiman, Muhammad, *Jejak Bisnis Rasul*, Jakarta: Hikmah, 2010, h. 5-6.
- Suryanto, Mikael Hang, *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*, Jakarta: PT Grasindo.
- Sutoyo, Agus, *Kiat Sukses Prof. Hembing*, Jakarta: Prestasi Intan Indonesia, 2000.

- Syahban, Joko, *Berbisnis Bersama Tuhan*, Jakarta: Hikmah (PT. Mizan Publika), 2008.
- Usman, Husaini, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Wahjono, Sentot Imam, *Bisnis Modern*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Widi, Restu Kartiko, *Asas Metodologi Penelitian: Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Widjajanto, Bije, *Cara Aman Memulai Bisnis*, Jakarta: Grasindo, 2012.
- Wiwoho, Ardjuno, *Pengetahuan Tata Hidang Teori dan Praktik*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Alin Elizabeth, <http://alinelizabeth2.blogspot.co.id/2014/11/actuating-dalam-manajemen.html> (Diakses pada tgl 01-04-2018)
- Amanda Regitha, [http://www.kompasiana.com/amndrc/kontribusi-subsektor-kuliner-terhadap-ekonomi-kreatif\\_5885d8a8369773120e55008b](http://www.kompasiana.com/amndrc/kontribusi-subsektor-kuliner-terhadap-ekonomi-kreatif_5885d8a8369773120e55008b) (Diakses pada tgl 10-01-2018)
- Dina Amelia, <https://www.jurnal.id/id/blog/2017/jenis-jenis-bahan-baku-dalam-industri> (Diakses pada tgl 26-04-2018)
- Manginot Pasaribu, <http://pengertiandanartikel.blogspot.com/2016/10/pengertian-distribusi-menurut-ahli.html> (Diakses pada tgl 01-04-2018)
- Mohammad Tamrin, <http://statistik-ekonomi.blogspot.co.id/2015/04/manajemen-bisnis-dalam-perspektif-islam.html> (Diakses pada tgl 05-02-2018)
- Nurlaela, Suci Hatiningsih DWP, Etty Soesilowati, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jiwa Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pemilik Rumah Makan Pringsewu Group di Wilayah Tegal*, Semarang: UNS, 2017, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Rujirutana Mandhachitara & Siriporn Allpach, *Small Business Performance in Thailand: Key Success Factors*, Pennsylvania: Pennsylvania State University, 2017, <https://doi.org/10.1108/JRME-06-2016-0018>
- Zaka, <http://www.artikelsiana.com/2015/09/pengertian-produksi-faktor-faktor.html> (Diakses pada tgl 26-04-2018)